

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในอำเภอเมืองลำปาง



จตุรนต์ อธิธิประภากุล

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤษภาคม 2558

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสอง
ในอำเภอเมืองลำปาง



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์ในหัวข้อนี้โดยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2558


การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองลำปาง

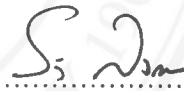
จาดุรงค์ อธิธิประภากุล

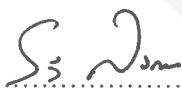
การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชวดี ตั้งสมชัย)


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.รวี ลงกานี)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.รวี ลงกานี)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ธีรลักษ์ณ์ สัจจะวาที)

27 พฤษภาคม 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร. รวี ลงกานี อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย ประธานกรรมการการสอบค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ ดร. ธีราลักษณ์ สัจจะวาที กรรมการการสอบค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องในการค้นคว้าครั้งนี้ ให้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

จาคูรันต์ อธิธิประภากุล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์
มือสองในอำเภอเมืองลำปาง

ผู้เขียน นายจตุรงค์ อธิธิประภากุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลงกานี

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจ 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ และความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 4 ราย และการเก็บแบบสอบถามผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่ต้องการซื้อรถยนต์มือสองภายในปี พ.ศ. 2556 จำนวน 200 ราย

การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ เก็บข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลบทความเชิงวิชาการและเชิงการค้าทั้งในอินเทอร์เน็ต หนังสือ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินผลในการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการธุรกิจรถยนต์มือสองนี้ โดยพิจารณาเทียบกับสมมติฐานการยอมรับโครงการการลงทุน ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ดัชนีกำไร และระยะเวลาคืนทุน

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านความเสี่ยงของโครงการทั้งในด้านการวิเคราะห์ความไวของโครงการและการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงตัวแปรต่างๆที่สามารถเกิดขึ้นได้ในเชิงธุรกิจ เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ตระหนักและหาทางรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้

การศึกษาพบว่าปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ภาวะเศรษฐกิจ และรายได้ครอบครัว ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาผลิตภัณฑ์ และบุคลากร

ผลการศึกษาด้านการจัดการพบว่า ธุรกิจรถยนต์มือสองเหมาะกับการบริหารจัดการในรูปแบบนิติบุคคล เป็นบริษัทจำกัด เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือในการกู้เงินกับทางสถาบันการเงิน โครงการมีพนักงานในองค์กรทั้งสิ้น 7 คน ประกอบไปด้วย ผู้จัดการ พนักงานขาย 2 คน พนักงานปรับสภาพรถยนต์มือสอง 2 คน และพนักงานธุรการการเงิน 1 คน นอกจากนี้ยังมีการจ้างงานภายนอกอีก 3 คน ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัย 2 คน และแม่บ้านทำความสะอาดอีก 1 คน

จากผลการศึกษาด้านการเงินพบว่า โครงการรถยนต์มือสองใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 9,833,704 บาท แบ่งออกเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 5,380,204 บาท และการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจำนวน 4,453,500 บาท ก่อนการดำเนินงาน โครงการมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 603,500 บาท ภายได้สมมติฐานระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 5 ปี ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนพบว่า ต้องมีการขายรถยนต์มือสองอย่างน้อย 6 คันต่อเดือนจึงจะสามารถชดเชยค่าใช้จ่ายคงที่ได้ โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจำนวน 2,423,554 บาท อัตราผลตอบแทนภายในที่ 23.86% ระยะเวลาการคืนทุนที่ 3 ปี และดัชนีกำไรมีค่าเท่ากับ 1.26

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงของโครงการพบว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงต้นทุนต่อหน่วยของรถยนต์มือสอง สามารถส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมากกว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของยอดขาย ผู้ที่สนใจจะลงทุนจึงต้องระมัดระวังถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยนี้ที่สำคัญ

ดังนั้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า โครงการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

Independent Study Title A Feasibility Study on an Investment in Used Car Business in
Amphoe Mueang Lampang

Author Mr. Chaturon Itthiprapakul

Degree Master of Business Administration

Advisor Associate Professor Dr.Ravi Lonkani

Abstract

The purpose of independent study is to examine the feasibility on an investment in used car business in Amphoe Mueang Lampang. This feasibility study mainly focuses on 4 aspects, namely marketing, technical, management and financial aspects. This study collects primary data from interview 4 used car business entrepreneurs who have been established the business in amphoe Mueang Lampang. The data are also collected by handling out questionnaires to 200 customers who have plan to buy used car within 2556 BE.

In addition, secondary data are collected from journal, internet, books, magazines and related researchs.

The results from this study will be consider whether to invest in used car business under the assumptions of the financial analysis factors, for instances Net Present Value, Internal Rate of Return, Profitability Index and Payback Period.

This study covers more details in risk aspects of the project both in sensitivity analysis and scenario analysis in order to understand risks of the business from variety of parameters.

According to the market analysis, the results show that the top 3 most important external factors customers concern about in buying used car are gasoline price, economic and family income/expenditure. The top 3 most important marketing mix factors are price, product and people.

The management analysis reveals that this project should be operated as a corporation. The organization structure consists of one general manager, two salespersons, two vehicle inspector and one administrator. The project also hires three outsource positions as two security guards and one housekeeper.

The results of the financial study show that the initial investment is 9,833,704 Baht. 5,380,204 Baht from owner and 4,453,500 Baht from bank loan. Under 5 years assumption period, the project breakeven point is to sell 6 used cars each month. The project financial analysis results show that Net Present value equals to 2,423,554 Baht and the Internal Rate of Return of project is 23.86% which is higher than the cost of capital. The project payback period is about 3 years and the profitability index is 1.26.

However, project risk analysis results found that the rate of cost of the used car per unit affects Net Present Value more than the used car sales growth rate. Therefore, the investor should pay more attention to this factor in running used car business.

In conclusion, used car business is feasible to invest in Amphoe Muang Lampang.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
3.1 ขอบเขตการศึกษา	10
3.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	10
3.3 วิธีการศึกษา	11
3.4 นิยามศัพท์	15
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	16
4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค	46
4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการจัดการ	53
4.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	91
5.1 สรุปผลการศึกษา	91
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	93
5.3 ข้อค้นพบ	94
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษา	96
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	100
ประวัติผู้เขียน	117



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	19
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	20
ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	20
ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	21
ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	22
ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถยนต์มือสอง	23
ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ใช้งานรถยนต์ที่ใช้แล้ว	23
ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการซื้อรถยนต์ที่ใช้แล้ว	24
ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค	24
ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	27
ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	29
ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	30
ตารางที่ 4.14 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	32
ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลากร	33
ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	35
ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ	36
ตารางที่ 4.18 ตารางสรุปปัจจัยทางด้านการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค	37
ตารางที่ 4.19 แสดงราคาขายโดยวิธีต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% ตามประเภทของรถยนต์มือสอง	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20 แสดงการประมาณการรายได้สำหรับการขายในปีแรก แบ่งตามประเภทของรถยนต์มือสอง	43
ตารางที่ 4.21 แสดงการประมาณการรายได้จากการขายรถยนต์มือสองในเวลา 5 ปี	44
ตารางที่ 4.22 ตารางประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด 5 ปี	45
ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสอง	47
ตารางที่ 4.24 แสดงการวางแผนระยะเวลาในการดำเนินงานและการก่อสร้าง	49
ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	50
ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนอุปกรณ์ในสำนักงาน	51
ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนในระบบสาธารณูปโภค	52
ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงการประมาณการงานก่อสร้างภายนอกอาคาร	52
ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนในโครงการแรกเริ่ม	52
ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงสรุปต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ	58
ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ	59
ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงมูลค่าและค่าเสื่อมราคา	61
ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงการคิดค่าเสื่อมราคาและค่าเสื่อมราคาเหมาะสมต่อปี	61
ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายประมาณการเริ่มต้นในการดำเนินโครงการ	63
ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนและยอดขายเฉลี่ยต่อคัน	65
ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนรายเดือนของโครงการ	65
ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี	67
ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้า 5 ปี	69
ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงงบแสดงสถานะทางการเงินล่วงหน้า 5 ปี	73
ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ	77
ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC)	79
ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	81
ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	81
ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนในโครงการ	82
ตารางที่ 4.45 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุน	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตรา ผลตอบแทนภายในเมื่อต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสองมีการเปลี่ยนแปลง	84
ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทน ภายในเมื่ออัตราการขายตัวของยอดขายรถยนต์มือสองมีการเปลี่ยนแปลง	85
ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ต่างๆ	87
ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงการคำนวณมูลค่าขายหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน	89



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป 4.1 แสดงแผนผังองค์กร

56



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศทั้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาระบบเทคโนโลยียานยนต์ การขยายตัวของการทำงาน รวมถึงเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาคอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก อาทิเช่น ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจไฟแนนซ์ เป็นต้น ในปีพ.ศ. 2555 ที่ผ่านมามีได้ว่าเป็นปีที่อุตสาหกรรมยานยนต์เติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากภาครัฐมีนโยบายสนับสนุน โครงการคืนภาษีสรรพสามิตสำหรับการซื้อรถยนต์คันแรก (ภาครัฐสนับสนุนโครงการรถยนต์ใหม่คันแรกตามนโยบายของรัฐบาล กรมสรรพสามิตกระทรวงการคลัง) ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ภายในประเทศมีสถิติสูงสุด 1,436,000 คัน โดยไม่นับรวมยอดขายในต่างประเทศ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2556: ออนไลน์) อีกทั้งยอดจดทะเบียนรถยนต์สะสมภายในประเทศมีจำนวนมากถึง 11.7 ล้านคัน (กรมการขนส่งทางบก, 2556: ออนไลน์) จากสถิติดังกล่าวส่งผลให้ปริมาณรถยนต์บนท้องถนนมีปริมาณเพิ่มขึ้น ประกอบกับทางบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ บริษัทไฟแนนซ์ รวมถึงสถาบันการเงินต่างๆ ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย ไม่ว่าจะเป็นการให้สินเชื่อโดยให้อัตราคอกเบี้ยพิเศษ เงื่อนไขในการวางมัดจำเงินค่างานที่ทำให้ภาระในการผ่อนชำระไม่สูงมาก เป็นต้น และถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจของธุรกิจรถยนต์มือสอง เนื่องจากปริมาณการซื้อขายแลกเปลี่ยนรถยนต์ในตลาดรถยนต์มือสองมีเป็นจำนวนมาก

ธุรกิจรถยนต์มือสองเป็นทางเลือกหนึ่งให้แก่ผู้บริโภคที่ต้องการมีรถยนต์ส่วนตัวโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก และเป็นทางเลือกกรณีสำหรับผู้บริโภคต้องการความรวดเร็วในการซื้อรถยนต์ ด้วยสาเหตุเหล่านี้จึงทำให้ธุรกิจรถยนต์มือสองเติบโตในตลาดได้จนถึงทุกวันนี้ สังเกตได้จากผู้ขาย หรือที่เรียกว่า “เต็นท์รถมือสอง” ในตลาดที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น และจากสถิติของกรมการขนส่งพบว่า ปริมาณรถยนต์มือสองเมื่อเทียบกับปริมาณรถยนต์ใหม่ จะอยู่ที่ประมาณ 2 เท่า โดยในปีพ.ศ. 2555 มีอัตราการเติบโตของตลาดรถยนต์มือสองประมาณ 10.6 % เมื่อเทียบกับการเติบโตของตลาดรถยนต์ใหม่อยู่ที่ประมาณ 80% (กรมการขนส่งทางบก, 2556: ออนไลน์)

แม้ว่าในปีพ.ศ. 2555 ที่ผ่านมา ยอดการจำหน่ายรถยนต์มือสองจะได้รับผลกระทบจากโครงการรถยนต์ใหม่คันแรกตามนโยบายของรัฐบาล กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง เนื่องจากช่องว่างของราคารถคันแรกและรถยนต์มือสองอายุ 1-3 ปี ราคาไม่ต่างกันมากนัก แต่แนวโน้มในอนาคตตลาดรถยนต์มือสองยังเติบโตเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยเชิงบวกในเรื่องนโยบายลดภาษี

รถยนต์คันแรกได้หมดลงตั้งแต่สิ้นปีพ.ศ. 2555 ทำให้ลูกค้าที่ยังไม่ได้รับรถ หรือลูกค้าที่จองใช้สิทธิรถยนต์คันแรกไม่ทัน เริ่มหันมาให้ความสนใจในรถยนต์มือสองคุณภาพดีเพิ่มขึ้น ประกอบกับผู้ขาย (เด็กรถยนต์มือสอง) จัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆเพื่อกระตุ้นยอดขายมากขึ้น เช่น บางแห่งมีการให้ซื้อรถยนต์มือสองโดยไม่ต้องมีเงินดาวน์ หรือสามารถผ่อนกับเจ้าของได้โดยตรง หรือผ่อนกับสถาบันการเงินโดยได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ทำให้ธุรกิจรถยนต์มือสองมีแนวโน้มกลับมาได้รับความสนใจและมีเงินทุนหมุนเวียนสะพัดในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก

จังหวัดในภาคเหนือ ทั้ง 17 จังหวัด เมื่อเมื่อพิจารณาจากยอดจดทะเบียนรถยนต์สะสม พบว่าจังหวัดลำปางมีขนาดตลาดรถยนต์ใหญ่เป็นอันดับที่ 5 รองจาก เชียงใหม่ เชียงราย พิจิตร โลก และ นครสวรรค์ และเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณรถยนต์ต่อสัดส่วนประชากรพบว่า จังหวัดลำปางมีอัตราการครอบครองรถยนต์ 0.18 คันต่อคน เป็นอันดับที่ 2 รองจากจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอัตราการครอบครองรถยนต์ 0.26 คันต่อคน และจากสถิติยอดจดทะเบียนในจังหวัดลำปางเติบโตเฉลี่ย 43.61 % โดยเป็นรองจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย ที่มีอัตราการจดทะเบียนเติบโตที่ 52.6 % และ 51.29 % ตามลำดับ (กรมการขนส่งทางบก, 2556: ออนไลน์) ข้อมูลสถิติดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่าจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่สูงมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตามสภาพทางภูมิศาสตร์แล้วจะเห็นได้ว่า จังหวัดลำปางถือว่าเป็นศูนย์กลางในการขนถ่ายสินค้าในเขตภาคเหนือ ทำให้ภาคอุตสาหกรรมเริ่มสนใจลงทุนในจังหวัดลำปางมากขึ้น สืบเนื่องจากมีการลงทุนจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น บริษัทสยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ไทวัสดุ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เป็นต้น และมีอีกหลายบริษัทที่มีแนวโน้มจะมาลงทุนในจังหวัดลำปาง เช่น บริษัทสยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) หรือ บริษัทโฮมโปรดักส์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น จังหวัดลำปางจึงนับได้ว่าเป็นอีกจังหวัดที่น่าสนใจที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตทางระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่างๆในจังหวัดลำปางเติบโตเฉลี่ย 19% ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556 : ออนไลน์) ทำให้ความเป็นอยู่ของประชากรในจังหวัดลำปางและรายได้มีแนวโน้มจะเติบโตเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประชากรมีแนวโน้มจะใช้จ่ายในสิ่งของต่างๆที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น รถยนต์ มากขึ้น จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ประมวลได้ว่า ธุรกิจรถยนต์มือสองเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวสูงขึ้นตามทิศทางและสถานะเศรษฐกิจที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่จังหวัดลำปาง เนื่องจากด้วยศักยภาพของจังหวัดลำปางที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อเทียบกับจังหวัดใหญ่ๆ (จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย) และเห็นได้ชัดว่าการแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสองในจังหวัดลำปางยังต่ำอยู่ จึงเป็นโอกาสของธุรกิจรถยนต์มือสองในจังหวัดลำปางชัดเจนมากขึ้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ถึงโอกาสในการลงทุน ต้นทุนและผลตอบแทนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว เพื่อสร้างความมั่นใจในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสอง และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะมาศึกษาในธุรกิจประเภทนี้

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.3 นิยามศัพท์

รถยนต์มือสอง คือ รถยนต์ที่ถูกรื้อแล้ว และถูกแลกเปลี่ยนมือความเป็นเจ้าของกันมากกว่า 1 คน อาจเป็นได้ทั้ง รถยนต์ส่วนบุคคล(รถเก๋ง) รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รถกระบะ) และรถยนต์เอนกประสงค์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน คือ การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามโครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสอง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการใน 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของธุรกิจรถยนต์มือสอง เขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีกรอบการศึกษาทางด้านหน้าที่ทางธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ผล ที่เรียกว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ฐานา ฉันทไพศาล, 2551) คือ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นขั้นตอนสำคัญในการวิเคราะห์โครงการว่าจะสามารถปฏิบัติได้ดีหรือไม่ และเป็น การศึกษาให้ได้ข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจว่าโครงการจะมีมูลค่าที่จะลงทุนและ คู่มีค่าหรือไม่เพียงใด โดยการศึกษาดังกล่าวจะมีการเจาะลึกไปยัง 4 หัวข้อหลัก คือ การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้าน การจัดการ และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

2.1.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ทำไปเพื่อที่จะช่วยระบุถึงการแข่งขันในตลาด ศักยภาพ ของตลาด และการวิเคราะห์ตลาดเพื่อที่จะประเมินความคิดในการทำธุรกิจ โดยการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดจะประกอบไปด้วย

1. การวิเคราะห์ตลาดในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานว่าตลาดเป้าหมายมีขนาด และอัตราเติบโตเป็นเท่าใด โดยใช้ข้อมูลในอดีตหลายๆปีที่ผ่านมา เพื่อทำการ ประเมินถึงแนวโน้มของตลาดในอนาคต
2. การแข่งขันในตลาด เพื่อให้ทราบถึงสภาวะการแข่งขันของกลุ่มในในตลาดได้ ว่า กลุ่มแต่ละรายมีจุดแข็ง จุดอ่อนอย่างไร ทำให้ธุรกิจของเราได้เตรียมรับมือกับการ แข่งขันดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ความคาดหวังของศักยภาพตลาดในอนาคต เพื่อให้ทราบถึงการเติบโตของตลาดใน อนาคตว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจและคุ้มค่ากับสิ่งที่จะลงทุนไปหรือไม่

4. การวิจัยตลาดและส่วนประสมทางการตลาด (7 P's Marketing) เป็นการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าผ่านส่วนประสมทางการตลาด ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ประการ (อดุล จาตุรงค์กุลและคณะ,2550) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการให้บริการ (Process) โดยข้อมูลจะต้องบ่งบอกถึงความต้องการของลูกค้า การรับรู้ของลูกค้า แนวโน้มในการซื้อสินค้า การตัดสินใจซื้อ และสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ข้อมูลด้านการตลาดนี้ โดยส่วนใหญ่จะได้มาจากการวิจัยตลาดผ่านแบบสอบถาม

2.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านจะเป็นการประเมินความเป็นไปได้ในแง่ของรายละเอียดของการที่เราจะส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างไร เช่น วัตถุดิบที่ต้องใช้ แรงงาน การขนส่ง สถานที่ประกอบธุรกิจ เป็นต้น โดยการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการวางแผนและการแก้ปัญหาในระยะยาว และเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เห็นภาพในการส่งมอบสินค้าและบริการจากฐานการผลิตไปถึงมือลูกค้า

การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคในการทำธุรกิจจะประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยนำเข้า หมายถึง ปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานที่ทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมา ได้แก่ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ แรงงาน และเงินทุน
2. กระบวนการในการผลิต หมายถึง การศึกษากระบวนการทางเทคนิคหรือขั้นตอนต่างๆ ในการแปรรูปวัตถุดิบไปจนถึงขั้นตอนการส่งมอบสินค้าหรือบริการนั้นแก่ผู้บริโภค

2.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการจัดการ

เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงานก่อนที่จะเริ่มทำธุรกิจ เพื่อที่จะระบุโครงสร้างในธุรกิจ จะต้องทำการศึกษาถึงเบื้องหลังของเจ้าของธุรกิจและทักษะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจว่าจะมีส่วนร่วมในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างไร การศึกษาความเป็นไปได้ทางการจัดการจะประกอบไปด้วย

1. โครงสร้างทางธุรกิจ เช่น ทำธุรกิจแบบเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัด และสามารถบอกได้ถึงข้อดี ข้อเสียของโครงสร้างธุรกิจแต่ละประเภท ว่าเหตุใดจึงเลือกโครงสร้างทางธุรกิจประเภทนี้

2. โครงสร้างองค์กร ซึ่งจะบ่งบอกถึงลำดับชั้นในการบริหารจัดการของเจ้าของและสายการบังคับบัญชา โดยควรที่จะระบุตำแหน่งสำคัญของแต่ละฝ่ายไว้ในแผนภูมิองค์กร เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ
3. ทักษะและความเป็นมืออาชีพ ในส่วนนี้จะระบุถึงทักษะ ความสามารถ หรือประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยจะระบุทั้งในส่วนที่เป็นเจ้าของ ลูกจ้าง และหุ้นส่วน รวมไปถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจนี้

2.1.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ที่จะนำไปสู่ข้อสรุปในการเลือกลงทุนในโครงการต่างๆ โดยอาศัยเทคนิคในการวิเคราะห์การลงทุน เพื่อช่วยให้ผู้ลงทุนมีความมั่นใจในการลงทุนในโครงการลงทุนนั้นๆ มีเกณฑ์การตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลทางการเงินและกระแสเงินสด โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้ (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550)

1. **ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)** หมายถึงระยะเวลาที่การลงทุนนั้นใช้ไปในการลงทุนเพื่อให้กระแสเงินสดรับสุทธิได้จากการลงทุนคุ้มค้ำกับต้นทุนที่ต้องลงทุนไป ระยะเวลาคืนทุนเป็นการคำนวณหาจุดคุ้มทุนของโครงการที่ทำ โดยมีหน่วยวัดเป็นระยะเวลาว่าเมื่อมีการลงทุนในโครงการนั้นแล้วจะใช้ระยะเวลาที่งวดในการคืนทุน โดยส่วนมากจะคิดระยะเวลาที่มีหน่วยเป็นปี
2. **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)** เป็นการหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการลงทุนในแต่ละปีซึ่งเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้า (Cash Inflows) หักด้วยมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดออก (Cash Outflows) โดยใช้ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของโครงการเป็นอัตราคิดลด เมื่อรวมกระแสเงินสดที่คิดมูลค่าปัจจุบันแล้ว ผลลัพธ์ที่ได้คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
3. **อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return)** คืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนตลอดอายุโครงการ หรือเป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิหรือ NPV เท่ากับศูนย์
4. **ดัชนีกำไร (Profitability Index)** คือ ค่าของอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรก ดัชนีการทำกำไร มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อเงินลงทุน (Benefit Cost Ratio) โดยโครงการจะตอบรับการลงทุนก็ต่อเมื่อค่าดัชนีกำไรมีค่ามากกว่า 1

5. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Risk Management)

เป็นการวิเคราะห์ในอีกแง่มุมหนึ่งของการบริหารจัดการโครงการ โดยการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการจะเป็นการระบุ ประเมิน และลำดับความสำคัญของความเสี่ยง หรือสิ่งที่เราไม่อาจคาดการณ์ได้ในอนาคตเพื่อเป็นการเตรียมการถึงความเสี่ยงๆ นั้นๆ ให้มีผลกระทบต่อโครงการในลักษณะที่สามารถจัดการได้

การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการจะใช้เครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ทางการเงินต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ในการประเมินค่าโครงการมักจะมีการพิจารณาสถานการณ์แห่งความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานตามโครงการ ส่งผลให้เกิดความแปรปรวนในข้อกำหนดหรือเงื่อนไขซึ่งในที่สุดจะทำให้ต้นทุนหรือผลประโยชน์ของโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดหวังการวิเคราะห์จึงได้มีการนำเอาความเสี่ยงและความไม่แน่นอนมาวิเคราะห์ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่าการลงทุนยังสามารถยอมรับได้หรือไม่
2. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) เป็นกระบวนการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ต่างๆ ในอนาคตที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ ทั้งปัจจัยในสิ่งที่ทราบแน่นอนอยู่แล้ว และปัจจัยที่ไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แล้วจำลองสถานการณ์โดยกำหนดวงเงินงบประมาณหรือประมาณการกระแสเงินสดที่ต้องจัดเตรียมในแต่ละทางเลือกของ Scenario Options ที่ได้มาและที่สำคัญคือข้อมูลทางการเงินและสมมติฐานต่างๆ ที่ควรจะมี เพื่อเปรียบเทียบว่าแนวทางเลือกใดที่ใช้งบประมาณดำเนินการน้อยที่สุดและเกิดประสิทธิผลที่ดีที่สุด (จิรพร สุเมธิประสิทธิ์, Scenario Analysis เครื่องมือสำคัญในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM, ออนไลน์)

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศศกร อัคราธรรมกุล (2552) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี” เป็นการศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ 3 ลำดับที่มากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ใน

ระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ถัดมาเป็นปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านรถยนต์บรรทุกรุ่นใหม่ ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากขึ้น เป็นอันดับแรก และปัจจัยด้านกฎหมายและการเมืองให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านค่าภาษีรถยนต์บรรทุกและ พรบ.รถเก่าถูกลงกว่าพรบ.รถใหม่อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ 3 ลำดับที่มากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านสภาพเดิมของตัวถัง (ไม่มีเก็ยชนหนัก) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ถัดมาเป็นปัจจัยทางด้านราคา ซึ่งให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ เป็นอันดับแรก และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

วิภาวดี ผกามาต (2553) ศึกษาเรื่อง “การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์” การดำเนินการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ตามแนวคิทธยปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO (Committee of Sponsoring Organization of the Tread Way Commission) ซึ่งเป็นแม่บทแบบสากลของการควบคุมภายในที่ยอมรับกันทั่วไป โดยจะต้องมีสาระสำคัญ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ อันได้แก่ สภาพแวดล้อมของการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ระบุข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล โดยแบ่งเป็น 5 ด้านคือ การบริหารความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการให้สินเชื่อ ด้านบริหารจัดการ และด้านการปฏิบัติการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานสมรสแล้ว ดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการห้างหุ้นส่วนกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ไม่มีการเปิดสาขา พนักงานในกิจการมีไม่เกิน 5 คน ทุนจดทะเบียนเป็นเงินไม่เกิน 1 ล้านบาท ยอดขายรวมต่อปี ไม่เกิน 5 ล้านบาท กำไรสุทธิหลังภาษีมีจำนวนไม่เกิน 1 ล้านบาท และกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามก่อตั้งมาเกิน 1 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจและเห็นด้วยในการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO โดยเห็นด้วยว่าควรมีการบริหารความเสี่ยงภายใต้สภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์มือสองที่

เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาเห็นด้วยว่าการที่ลูกค้าใช้เวลาการชำระหนี้
เกินไปเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่แน่นอนและไม่เห็นด้วยว่าการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ
ตามเป้าหมายองค์กรนั้นท่านถือว่าเป็นความเสี่ยงคิดเป็นร้อยละ 56.7

การบริหารความเสี่ยงด้านการตลาดที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการ
พัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ การเพิ่มเวลาในการให้บริการ
การลดอัตราดอกเบี้ย การบริหารความเสี่ยงด้านการเงินที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การบริหารความ
เสี่ยงเกี่ยวกับการกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ การปรับโครงสร้างหนี้ การให้ส่วนลดเพื่อเร่งเวลาชำระเงิน
ของลูกค้า การบริหารความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การบริหารความเสี่ยงการ
กำหนดนโยบายสินเชื่อที่ชัดเจน การบริหารความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการที่อยู่ในระดับปานกลาง
ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการประเมินผลการควบคุมการปฏิบัติตามแผน การวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ โครงสร้างขององค์กรมีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบและมีความ
ชัดเจนของลักษณะงาน การวางแผนระยะยาวและระยะสั้น การบริหารความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการที่
อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนสวัสดิการหรือ โบนัสพนักงาน
เพื่อให้ขวัญและกำลังใจ

กฤติกา กังกิด (2555) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งธุรกิจขาย
รถยนต์มือสอง” โครงการนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจขายรถยนต์มือสอง โดย
เน้นการขายรถกระบะ ในบริเวณสนามหลวง 2 ถนนทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษา
สภาพแวดล้อม สํารวจตลาด การสอบถามจากผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจนี้ เพื่อนำไปใช้ในการ
วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด การดำเนินงานและบริหารจัดการ และด้านการเงิน แม้ว่า
สถานะการแข่งขันในธุรกิจนี้จะค่อนข้างสูง มีคู่แข่งจำนวนมาก แต่มีตลาดที่มีขนาดใหญ่ มี
ศักยภาพในการเติบโต มีปัจจัยที่เอื้อต่อลูกค้าในการเช่าซื้อสินค้า ได้แก่ การขยายวงเงินสินเชื่อของ
สถาบันการเงินมายังรถมือสองมากขึ้น ในธุรกิจนี้อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือมีความสำคัญ
ในการขายสินค้าจึงต้องบริหารให้เกิดสภาพคล่อง และยังเป็น การลดความเสี่ยงต่อการลดลงของราคา
สินค้าอีกด้วย จากการศึกษาความเป็นไปได้ โครงการจะดำเนินการในรูปแบบของบริษัทจำกัด ใช้เงิน
ลงทุนเริ่มแรก 5 ล้านบาท โดยได้รับอัตราผลตอบแทนเงินลงทุนของโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ
11.04 ต่อปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 553,145 บาท และมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 1 เดือน ซึ่งถือว่าคืน
ทุนในระยะเวลาที่ยอมรับได้ โครงการนี้จึงให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน ผู้ที่สนใจสามารถนำ
ผลการศึกษา การดำเนินธุรกิจ และข้อมูลจากโครงการนี้ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจในการทำธุรกิจ
นี้ หรือใช้ประกอบการศึกษาเพิ่มเติมก่อนดำเนินการจริงได้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีการกำหนดขอบเขตของเนื้อหาและขอบเขตของประชากรดังนี้

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยจะวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ความเป็นไปได้ทางการจัดการ และความเป็นไปได้ทางการเงิน

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. ผู้บริโภคที่มีความประสงค์จะซื้อรถยนต์มือสองภายในปี พ.ศ. 2556

3.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 2 ราย โดยคัดเลือกจากผู้ประกอบการที่มียอดขายรถยนต์มือสองเฉลี่ยต่อเดือนดังนี้ ผู้ประกอบการขนาดกลาง ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11-29 คัน ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10 คัน

ผู้บริโภคที่มีความประสงค์จะซื้อรถยนต์มือสองภายในปีพ.ศ. 2556 นี้ ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 200 ตัวอย่างตามหลักการของ Seymour Sudman ซึ่งได้มีผลการศึกษาที่พบว่า การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มและเป็นการศึกษาในระดับกลุ่มย่อย ไม่ใช่การศึกษาในระดับประเทศ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะอยู่ที่ประมาณ 200 - 500 กลุ่มตัวอย่าง (Sudman,1976) โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ

ตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างตามสะดวกของผู้เก็บข้อมูลหรือตามความเหมาะสมของสถานการณ์

3.3 วิธีการศึกษา

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลประเภทนี้โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาดจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีความประสงค์จะซื้อรถยนต์มือสองภายในปีพ.ศ. 2556 นี้ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาด ความเป็นไปได้ทางการจัดการ ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและความเป็นไปได้ทางการเงินจากเจ้าของธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บข้อมูลประเภทนี้โดยการค้นคว้าข้อมูลจากบทความเชิงวิชาการและทางการค้าในอินเทอร์เน็ต หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ คือ การสัมภาษณ์และการออกแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของประชากร ดังนี้

1. ใช้การสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง โดยผู้สัมภาษณ์จะเป็นผู้บันทึกข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาดในธุรกิจรถยนต์มือสอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการจัดการ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการเงิน

ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

2. ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ประสงค์จะซื้อรถยนต์มือสองภายในปีพ.ศ. 2556 เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย วางแผนการตลาด และวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภครถยนต์มือสอง

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง

3.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้ทั้งวิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เพื่อประเมินลักษณะการดำเนินงานและฐานะทางการเงินเบื้องต้นในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

ข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีความประสงค์ที่จะซื้อรถยนต์มือสองจะใช้ทั้งวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) รวมถึงใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

การแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ยซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับความสำคัญมาก
2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับความสำคัญน้อย
1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโดยส่วนใหญ่จะเป็น
สูตรการคำนวณทางคณิตศาสตร์มีวิธีการคำนวณและวิเคราะห์ดังนี้

ระยะเวลาคืนทุน (**Payback Period**) มีสูตรในการคำนวณหาระยะคืนทุน มีดังนี้

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Cost of Project}}{\text{Cash Inflow}}$$

โดย

Payback Period = ระยะเวลาคืนทุน

Cost of Project = เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

Cash Inflow = กระแสเงินสดรับตลอดอายุโครงการ

ถ้าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ ผู้ศึกษาจะยอมรับ
โครงการลงทุนนั้น แต่ถ้าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนมากกว่าระยะเวลาที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ ซึ่ง
ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 5 ปี ผู้ศึกษาจะปฏิเสธโครงการนั้น

1. **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)** เป็นการประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของ
กระแสเงินสดทั้งรับและจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดจนช่วงอายุของโครงการ โดยการลดค่าด้วยอัตราค่าลด ซึ่ง
แสดงออกมาในรูปแบบการดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

โดย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

NCF_t = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีตลอดอายุโครงการ

k = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

I_0 = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, 3, ..., n

n = อายุของโครงการ

ถ้าโครงการลงทุนมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิมากกว่าศูนย์ (NPV > 0) ผู้ศึกษายอมรับโครงการลงทุนนั้น แต่
 ถ้าโครงการลงทุนมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิน้อยกว่าศูนย์ (NPV < 0) ผู้ศึกษาจะปฏิเสธการลงทุนใน
 โครงการ

2. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) คืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้ มูลค่าปัจจุบันของ
 ต้นทุนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนตลอดอายุโครงการ หรือเป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่า
 ปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ ลงทุน มีสูตรในการวิเคราะห์ ดังนี้

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1 + IRR)^t} - I_0$$

โดย CF_t = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตลอดอายุโครงการ
 IRR = อัตราผลตอบแทนภายใน
 I_0 = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
 t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, 3, ..., n
 n = อายุของโครงการ

ถ้าโครงการลงทุนให้อัตราผลตอบแทนภายในมากกว่าต้นทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ($IRR > WACC$) ผู้ศึกษายอมรับในการลงทุน ในทางตรงกันข้าม ถ้าโครงการลงทุนให้อัตรา
 ผลตอบแทนภายในน้อยกว่าต้นทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ($IRR < WACC$) ผู้ศึกษาปฏิเสธ
 การลงทุน โดยผู้ศึกษากำหนดค่า WACC จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย
 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 8.72% (อัตราดอกเบี้ย MLR เดือนเมษายน พ.ศ. 2556) ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยที่มีค่าสูง
 ที่สุดในบรรดาอัตราดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด เพื่อให้ครอบคลุมถึงสถานการณ์ที่แย่ที่สุดในการ
 ลงทุน

3. ดัชนีกำไร (Profitability Index) เป็นการเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ
 รายปีตลอดอายุโครงการและเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิมีสูตรในการวิเคราะห์ดังนี้

$$PI = \frac{PV \text{ of Future Cash Flows}}{\text{Initial Investment}}$$

โดย PI = ดัชนีกำไร
 $PV \text{ of Future Cash Flows}$ = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด
 $\text{Initial Investment}$ = เงินสดจ่ายในการลงทุนสุทธิ

โดยเกณฑ์ในการยอมรับการลงทุนโครงการ คือ ถ้าดัชนีกำไรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1 จะยอมรับการลงทุนในโครงการนี้ แต่ถ้าดัชนีกำไรมีค่าน้อยกว่า 1 จะปฏิเสธการลงทุนในโครงการนี้

4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ผู้ศึกษาจะใช้ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่องบการเงินต่างๆ เช่น ยอดขาย ต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ เป็นต้น เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปโดยที่ตัวแปรอื่นๆของโครงการไม่เปลี่ยนแปลง เพื่อวิเคราะห์หาค่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ NPV ของโครงการว่าเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยแค่ไหน

5. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) การวิเคราะห์สถานการณ์ของโครงการผู้ศึกษาจะทำการจำลองสถานการณ์ออกเป็น 3 สถานการณ์ คือ

3. สถานการณ์พื้นฐาน (Base Case)
4. สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)
5. สถานการณ์ที่แย่ที่สุด (Worst Case)

โดยจะทำการวิเคราะห์ว่าเมื่ออยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ต่างไปจากที่คาดเอาไว้แล้ว ค่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิหรือ NPV ของโครงการนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยแค่ไหน โดยความแตกต่างของตัวแปรจากการวิเคราะห์ความไวก็คือ ตัวแปรของการวิเคราะห์สถานการณ์อาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้พร้อมกัน ในขณะที่การวิเคราะห์ความไวตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์จะเปลี่ยนแปลงได้ทีละ 1 ตัวแปรเท่านั้น

3.4 นิยามศัพท์

รถยนต์มือสอง คือ รถยนต์ที่ถูกใช้แล้ว และถูกแลกเปลี่ยนมือความเป็นเจ้าของกันมากกว่า 1 คน อาจเป็นได้ทั้ง รถยนต์ส่วนบุคคล(รถเก๋ง) รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รถกระบะ) และรถยนต์เอนกประสงค์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน คือ การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามโครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสอง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการใน 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งที่ ผู้ศึกษาจะใช้สถานที่ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปางในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองลำปาง ได้แบ่งผลวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ศึกษาออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ผลการศึกษาด้านการตลาด
2. ผลการศึกษาด้านเทคนิค
3. ผลการศึกษาด้านการจัดการ
4. ผลการศึกษาด้านการเงิน

4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด จะใช้วิธีการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางด้วยวิธีการของ Porter's Five Forces Model เพื่อพิจารณาการแข่งขันและโอกาสในการลงทุน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม 5 Forces Model

ธุรกิจรถยนต์มือสอง มีกิจกรรมทางธุรกิจทั้งในด้านการซื้อสินค้ารถยนต์มือสอง และขายสินค้ารถยนต์มือสอง เพื่อให้การอธิบายเป็นไปอย่างกระจ่างชัด ผู้ศึกษาได้กำหนดคำจำกัดความของคำต่างๆที่จะใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

“ผู้ซื้อ” หมายถึง ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อรถยนต์มือสองจากผู้ประกอบการ

“ผู้ขาย” หมายถึง ผู้บริโภคที่ต้องการขายรถยนต์มือสองให้กับผู้ประกอบการ

“ผู้ประกอบการ” หมายถึง ผู้ที่ซื้อรถยนต์มือสองจากผู้บริโภคและขายให้กับผู้บริโภค

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม 5 Forces Model สามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ปัจจัย ดังนี้

1. การเข้ามาของผู้เล่นหน้าใหม่ (Threat of New Entry) ผู้เล่นหน้าใหม่สามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ได้ เนื่องจากใช้ต้นทุนไม่มากนักก็สามารถมาลงทุนในธุรกิจนี้ได้ ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีระดับความยากปานกลาง ต้องอาศัยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการเกี่ยวกับตัวถัง โครงสร้างรถยนต์ เครื่องยนต์พอสมควร ในการซื้อรถยนต์มือสองที่มีสภาพดี ไม่เคยประสบอุบัติเหตุ หรือโดนหลอกขายจากเจ้าของรถยนต์ก่อนหน้า

ดังนั้น ความรู้และประสบการณ์ของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งจำเป็นของการดำเนินธุรกิจ
รถยนต์มือสองให้ประสบความสำเร็จ

2. การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry) การแข่งขันระหว่าง
ธุรกิจที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมค่อนข้างต่ำ เนื่องจากบรรดาผู้ประกอบการด้วยกันเองมองกันเป็น
พันธมิตรทางการค้ามากกว่า เนื่องจากสินค้ามีลักษณะค่อนข้างเฉพาะ ทำให้การเปรียบเทียบ
ในตัวสินค้าเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจะเปรียบเทียบ
ในแง่ของการบริการมากกว่า

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Buyer Power) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อต่ำ เนื่องจากรถยนต์มือสองมี
ลักษณะค่อนข้างเฉพาะ ทั้งในด้านสภาพ รุ่นรถ ระยะทางวัดจากเลขไมล์ ที่ตรงกับความ
ต้องการเฉพาะของลูกค้า ไม่สามารถหาได้ง่ายจากผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง
ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ก็จะมีรถยนต์ที่มีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกัน

4. การคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน (Threat of Substitution) สินค้าทดแทนคือ รถยนต์
ใหม่ที่มีการแข่งขันกันในเรื่องโปรโมชั่นที่ค่อนข้างรุนแรง ส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้า
หรือมูลค่ารวมโดยรวมที่ใกล้เคียงกับรถยนต์มือสอง

5. อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Supplier Power) อำนาจการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบต่ำ เนื่องจาก
มีผู้ประกอบการรถยนต์มือสองอยู่ค่อนข้างมาก ผู้ขายสามารถนำราคาไปต่อรองได้หลายที่
และพอใจจะขายให้กับผู้ประกอบการที่ให้ราคาสูงที่สุด

โดยรวมแล้ว ถือว่าการทำธุรกิจรถยนต์มือสองในแง่ของการแข่งขัน ยังถือว่า น่าสนใจ ในการ
ลงทุนอยู่ จากการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือของ Porter's Five Forces Model จะเห็นว่ามีการแข่งขัน
จากคู่แข่งโดยตรงในธุรกิจค่อนข้างต่ำ และอำนาจต่อรองของผู้ประกอบการต่อผู้ซื้อก็ยังถือว่าสูง
แต่ก็ยังมีปัจจัยเกี่ยวข้องอยู่บ้างในการซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาเพื่อขาย เนื่องจากอำนาจต่อรองต่อผู้ขาย
ค่อนข้างต่ำ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

เครื่องมือในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือ
ที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของธุรกิจที่จะนำมาใช้ในการประเมิน สามารถวิเคราะห์ธุรกิจการ
ลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

1. ธุรกิจรถยนต์มือสองมีอัตรากำไรขึ้นต้นค่อนข้างสูง
2. สินค้ามีความเป็นเฉพาะตัว หาที่ไหนไม่ได้
3. สถานประกอบการที่จะไปลงทุนอยู่ในทำเลที่เป็นย่านการซื้อขายรถยนต์มือสอง

จุดอ่อน (Weakness)

1. ไม่สามารถกำหนดราคาขายของสินค้าได้ด้วยผู้ประกอบการเอง ต้องอาศัยปัจจัยภายนอกหลายๆด้าน

โอกาส (Opportunity)

1. สัดส่วนจำนวนรถยนต์ต่อจำนวนประชากรของประเทศไทยจากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก ยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ยังมีความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ประชากรยังต้องการที่จะมีโอกาสในการครอบครองรถยนต์เพิ่มขึ้น
2. ประหยัดภาษีได้ เนื่องจากไม่มีภาษีซื้อ
3. เทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น

อุปสรรค (Threat)

1. การแข่งขันของราคาโปรโมชั่นของรถยนต์มือหนึ่ง ส่งผลต่อการเปรียบเทียบของลูกค้ารถยนต์มือสอง
2. ราคาของรถยนต์มือสองค่อนข้างผันผวนมาก

โดยสรุปแล้วการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ศึกษายังถือว่า มีความน่าสนใจอยู่ในระดับหนึ่ง จุดแข็งและโอกาสทำให้ยังมีช่องว่างทางธุรกิจที่ผู้ลงทุน สามารถเข้ามาลงทุนในธุรกิจและสามารถทำกำไรและอยู่รอดได้

4.1.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองลำปาง ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อและการใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายรถยนต์มือสองที่ชัดเจน การศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการหรือ 7 P's Marketing โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและความต้องการในการซื้อรถยนต์มือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทรถยนต์มือสอง ที่ต้องการซื้อ จำนวนผู้โดยสารที่คิดว่าจะเดินทางร่วม และลักษณะการซื้อรถยนต์ใช้แล้ว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง เช่น รายได้และค่าใช้จ่ายของครอบครัว นโยบายสนับสนุนจากรัฐ ราคาน้ำมัน เชื้อเพลิง เทคโนโลยี และอื่นๆ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางด้านกายภาพ โดยมีผลของการตอบแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและความต้องการในการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	61	30.50
หญิง	139	69.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลในตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.50 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.50

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	4	2.00
20 - 29 ปี	101	50.50
30 - 39 ปี	66	33.00
40 - 49 ปี	14	7.00
50 - 59 ปี	11	5.50
มากกว่า 60 ปี	4	2.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลในตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาอายุระหว่าง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.00 อายุระหว่าง 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 7 อายุระหว่าง 50 - 59 ปีคิดเป็นร้อยละ 5.50 อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30	15.00
ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจการเกษตร	12	6.00
ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจบริการ	18	9.00
ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจค้าปลีก	14	7.00
พนักงานองค์กร/ลูกจ้างเอกชน	101	50.50
ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจการอุตสาหกรรม	4	2.00

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจค้าส่ง	6	3.00
อื่นๆ	15	7.50
รวม	200	100.00

จากข้อมูลในตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานองค์กรหรือลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาเป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 15.00 และประกอบอาชีพอื่นๆไม่ได้ระบุคิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	97	48.50
สมรส	101	50.50
หย่าร้าง	2	1.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมามีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมามีสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	35.00
ปริญญาตรี	117	58.50
ปริญญาโท	13	6.50

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาเอก	0	0.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 6.50 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	88	44.00
15,000 - 30,000 บาท	77	38.50
30,001 - 45,000 บาท	17	8.50
45,001 - 60,000 บาท	8	4.00
60,001 - 75,000 บาท	4	2.00
75,001 - 90,000 บาท	2	1.00
105,001 - 120,000 บาท	3	1.50
มากกว่า 120,000 บาท	1	0.50
รวม	200	100.00

จากข้อมูลตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรถยนต์มือสอง

ประเภทของรถยนต์มือสอง	จำนวน	ร้อยละ
รถเก๋ง	112	56.00
รถยนต์เอนกประสงค์	49	24.50
รถกระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	39	19.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการจะซื้อรถยนต์มือสองเป็นรถเก๋งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาเป็นรถกระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 24.50 และรถยนต์เอนกประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 19.50

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ใช้งาน

จำนวนผู้ใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้รถคนเดียว	37	18.50
2 - 4 คน	137	68.50
มากกว่า 4 คน	26	13.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ 1 คันร่วมกัน 2 - 4 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาเป็นการใช้รถคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 18.50 และ ใช้รถมากกว่า 4 คน ร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการซื้อรถยนต์ใช้แล้ว

ลักษณะการซื้อรถยนต์ใช้แล้ว	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อรถยนต์คันแรก	62	31.00
ซื้อรถยนต์เพิ่มเติม	100	50.00
ซื้อเพื่อทดแทนคันเดิม	38	19.00
รวม	200	100.00

จากข้อมูลตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ใช้แล้วเพื่อเป็นรถยนต์เพิ่มเติมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาเป็น การซื้อรถยนต์คันแรก คิดเป็นร้อยละ 38.00 และซื้อรถยนต์เพื่อเป็นการทดแทนรถยนต์คันเดิม คิดเป็นร้อยละ 19.00

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อทางเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

ปัจจัยภายนอก	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผล มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
รายได้และค่าใช้จ่าย ของครอบครัว	1	3	40	76	80	200	4.16
	0.50	1.50	20.00	38.00	40.00	100.00	
ค่าภาษีรถยนต์	2	15	74	74	35	200	3.62

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผล มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
	1.00	7.50	37.00	37.00	17.50	100.00	
ค่าใช้จ่ายในการทำ พรบ.	2	21	88	66	23	200	3.44
	1.00	10.50	44.00	33.00	11.50	100.00	
ค่าประกันภัยรถยนต์	2	14	55	87	42	200	3.77
	1.00	7.00	27.50	43.50	21.00	100.00	
เสถียรภาพทาง การเมือง	4	28	74	60	34	200	3.46
	2.00	14.00	37.00	30.00	17.00	100.00	
นโยบายส่งเสริม การตลาดรถยนต์จาก รัฐบาล	3	19	56	66	56	200	3.77
	1.50	9.50	28.00	33.00	28.00	100.00	
ภาวะเศรษฐกิจ	0	5	31	68	96	200	4.28
	0.00	2.50	15.50	34.00	48.00	100.00	
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง	1	3	32	58	106	200	4.32
	0.50	1.50	16.00	29.00	53.00	100.00	

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผล มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
อัตราดอกเบี้ย	0	5	31	69	95	200	4.27
	0	2.50	15.50	34.50	47.50	100.00	
อัตราเงินเฟ้อ	0	10	38	81	71	200	4.07
	0	5.00	19.00	40.50	35.50	100.00	
ความต้องการการใช้ รถของสมาชิกใน ครอบครัว	1	9	62	89	39	200	3.78
	0.50	4.50	31.00	44.50	19.50	100.00	
ความมีหน้ามีตาใน สังคม	11	22	91	52	24	200	3.28
	5.50	11.00	45.50	26.00	12.00	100.00	
เทคโนโลยีประหยัด พลังงาน	0	4	43	96	57	200	4.03
	0.00	2.00	21.50	48.00	28.50	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญมาก	3.86

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านรายได้และค่าใช้จ่ายของครอบครัว ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ตราฮีห้อสินค้า	1	2	38	85	74	200	4.15
	0.50	1.00	19.00	42.50	37.00	100.00	
ระยะทางที่ใช้มา	1	2	28	81	88	200	4.27
	0.50	1.00	14.00	40.50	44.00	100.00	
ปีที่จดทะเบียน	1	3	37	86	73	200	4.14
	0.50	1.50	18.50	43.00	36.50	100.00	
สภาพของรถยนต์มือ สอง	0	3	16	46	135	200	4.57
	0.00	1.50	8.00	23.00	67.50	100.00	
รูปลักษณ์ภายนอก	0	3	23	75	99	200	4.35

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
	0.00	1.50	11.50	37.50	49.50	100.00	
ความยากง่ายในการ หาอะไหล่ทดแทน	0	5	23	77	95	200	4.31
	0.00	2.50	11.50	38.50	47.50	100.00	
มีบริการหลังการขาย	1	6	22	61	110	200	4.37
	0.50	3.00	11.00	30.50	55.00	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญ มาก	4.31

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านสภาพของรถยนต์มือสอง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านรูปลักษณะภายนอก และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการมีบริการหลังการขาย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผลน้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ราคาเหมาะสม	0	3	19	69	109	200	4.42
	0.00	1.50	9.50	34.50	54.50	100.00	
ส่วนลดเงินสดที่ได้	0	4	30	58	108	200	4.35
	0.00	2.00	15.00	29.00	54.00	100.00	
อัตราดอกเบี้ยเงินผ่อน	1	3	26	58	112	200	4.39
	0.50	1.50	13.00	29.00	56.00	100.00	
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	1	3	26	72	98	200	4.32
	0.50	1.50	13.00	36.00	49.00	100.00	
ปริมาณเงินดาวน์	1	3	27	74	95	200	4.30
	0.50	1.50	13.50	37.00	47.50	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญ มาก	4.35

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินผ่อน และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการได้รับส่วนลดเงินสด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผลน้อยที่สุด	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลมากที่สุด	รวม	
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	
ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ	0	2	26	72	100	200	4.35
	0.00	1.00	13.00	36.00	50.00	100.00	
ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ	0	4	58	92	46	200	3.90
	0.00	2.00	29.00	46.00	23.00	100.00	
จำนวนสาขาของสถานประกอบการ	2	6	76	76	40	200	3.73
	1.00	3.00	38.00	38.00	20.00	100.00	
มีเว็บไซต์ของสถานประกอบการ	0	8	73	85	34	200	3.73
	0.00	4.00	36.50	42.50	17.00	100.00	

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัยด้านช่องทางจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผลน้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผลปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญ มาก	3.93

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านจำนวนสาขาของสถานประกอบการ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.14 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผลน้อยที่สุด	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลมากที่สุด	รวม	
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	
มีบริการทดลองจับ/ให้คำแนะนำรถยนต์มือสอง	0	3	34	99	64	200	4.12
	0.00	1.50	17.00	49.50	32.00	100.00	
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	0	3	60	88	49	200	3.92
	0.00	1.50	30.00	44.00	24.50	100.00	
มี Campaign หรือข้อเสนอพิเศษให้ลูกค้าพิจารณาเพิ่มเติม	0	3	35	70	92	200	4.26
	0.00	1.50	17.50	35.00	46.00	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญมาก	4.10

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านการมีข้อเสนอพิเศษให้ลูกค้าพิจารณาเพิ่มเติม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านมีบริการทดลองขับ หรือให้คำแนะนำรถยนต์มือสองก่อนการซื้อ

ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปดผล
	มีผลน้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ความรู้จักกับเจ้าของ สถานประกอบการ	0	9	40	96	55	200	3.98
	0.00	4.50	20.00	48.00	27.50	100.00	
การให้บริการของ พนักงานขาย	0	6	30	72	92	200	4.25
	0.00	3.00	15.00	36.00	46.00	100.00	
การให้บริการหลัง การขาย	0	7	23	68	102	200	4.33
	0.00	3.50	11.50	34.00	51.00	100.00	
ทักษะ ความรู้ ความสามารถของ พนักงานขาย	1	3	28	89	79	200	4.21
	0.50	1.50	14.00	44.50	39.50	100.00	
บุคลิกภาพของ พนักงานขาย	0	6	52	76	66	200	4.01
	0.00	3.00	26.00	38.00	33.00	100.00	

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคลากร	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผลน้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ความซื่อสัตย์ของ พนักงานขาย	0	6	27	52	115	200	4.38
	0.00	3.00	13.50	26.00	57.50	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญ มาก	4.19

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านบุคคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์ของพนักงานขาย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานขาย และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่ง นำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปดผล
	มีผลน้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
มีบริการห้องพัก รับรองลูกค้า	0	8	65	83	44	200	3.82
	0.00	4.00	32.50	41.50	22.00	100.00	
การจัดแสดงรถยนต์ บริเวณที่ทำการซื้อขาย	0	6	49	94	51	200	3.95
	0.00	3.00	24.50	47.00	25.50	100.00	
การตกแต่งพื้นที่/ โชนั้วรุ่มเพื่อความ สวยงาม	0	6	55	94	45	200	3.89
	0.00	3.00	27.50	47.00	22.50	100.00	
ความหลากหลายของ รุ่นและจำนวนรถ	1	4	30	79	86	200	4.23
	0.50	2.00	15.00	39.50	43.00	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญ มาก	3.97

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านความหลากหลายของรุ่นและจำนวนรถยนต์มือสอง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดแสดงรถยนต์มือสองบริเวณที่ทำการซื้อขาย และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการตกแต่งพื้นที่หรือโชว์รูมเพื่อความสวยงาม

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
กระบวนการการ อธิบายเงื่อนไขในการ ชำระเงิน	0	6	40	82	72	200	4.10
	0.00	3.00	20.00	41.00	36.00	100.00	
กระบวนการในการ รับซื้อรถยนต์มือสอง	0	4	43	79	74	200	4.115
	0.00	2.00	21.50	39.50	37.00	100.00	
กระบวนการส่งมอบ รถอย่างประทับใจ	0	4	38	88	70	200	4.12
	0.00	2.00	19.00	44.00	35.00	100.00	
กระบวนการในการ เช็คสภาพก่อนส่ง มอบรถ	0	4	31	59	106	200	4.34
	0.00	2.00	15.50	29.50	53.00	100.00	
ค่าเฉลี่ยรวม						สำคัญ	4.17

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มีผล น้อย ที่สุด	มีผล ค่อนข้าง น้อย	มีผล ปาน กลาง	มีผล ค่อนข้าง มาก	มีผลมาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
						มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านกระบวนการในการเช็กสภาพรถยนต์มือสองก่อนส่งมอบ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการส่งมอบรถยนต์มือสองอย่างประทับใจ และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการในการรับซื้อรถยนต์มือสอง

ตารางที่ 4.18 ตารางสรุปปัจจัยทางด้านการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ ความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.31	สำคัญมาก	*2
ปัจจัยด้านราคา	4.35	สำคัญมาก	*1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.93	สำคัญมาก	7
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.10	สำคัญมาก	5
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.19	สำคัญมาก	*3

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ ความสำคัญ
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.17	สำคัญมาก	4
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.97	สำคัญมาก	6

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 - 2.49 สำคัญน้อย 2.50 - 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 - 4.49 สำคัญมาก 4.50 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการทางด้านส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดคือ

ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านบุคคลากร ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ

จากผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามทางเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รชนต์มือสอง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่สนใจจะซื้อรถชนต์มือสอง ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นไปในปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
3. ปัจจัยด้านบุคคลากร
4. ปัจจัยด้านการบวนการให้บริการ
5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด
6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ
7. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ปัจจัยด้านราคา

เนื่องจากปัจจัยทางด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคการตั้งราคาจะตั้งราคาให้เหมาะสมกับราคาตลาด โดยอาศัยเครื่องมือที่ชื่อว่า Red Book ซึ่งเป็นเครื่องมือที่รวบรวมราคาซื้อขายเฉลี่ยในตลาดการซื้อขายรถยนต์ของเมืองไทย มาทำการสรุปเป็นค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าต่ำสุด ของราคารถยนต์รุ่นและปีที่ระบุ ที่มีการซื้อขายกันในตลาดรถยนต์มือสอง

ซึ่งการที่ผู้ประกอบการจะตั้งราคาได้อย่างสมเหตุสมผลและมีกำไร ก็ต้องมีการซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาในราคาที่เหมาะสมด้วย มิฉะนั้นผู้ประกอบการอาจจะขาดทุนได้

กลยุทธ์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ซื้อรถยนต์เข้ามาในราคาที่เหมาะสมกับลูกค้า โดยจะเน้นรถยนต์เก๋ง กระบะ และรถยนต์เอนกประสงค์เน้นไปที่ มีปีที่จดทะเบียนไม่เก่าจนเกินไป และสภาพภายนอกและภายในที่ดี ไม่ประสบอุบัติเหตุมา

กลยุทธ์ปัจจัยด้านบุคลากร

จะมีการอบรมพนักงานแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ ด้านเทคนิคและด้านการบริการ โดยด้านเทคนิคจะเป็นการอบรมเกี่ยวกับการประเมินสภาพเบื้องต้น รวมไปถึงการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลรถยนต์ทุกรุ่นทุกยี่ห้อ เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างและชิ้นส่วน ทำให้พนักงานมีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์อย่างลึกซึ้งสามารถช่วยผู้ประกอบการตรวจสอบความผิดปกติของรถยนต์เบื้องต้นได้ ส่วนด้านการบริการก็จะมี การอบรมเพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการอบรมเกี่ยวกับการสื่อสาร การวางตัว และบุคลิกภาพเบื้องต้น เพื่อให้ลูกค้าประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้รับการให้บริการ

กลยุทธ์ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จะมีการประชุมร่วมกันเพื่อสรุปกระบวนการในการให้บริการลูกค้าจากการเขียนพิมพ์เขียวการให้บริการ (Service Blueprint) และมีการนำขั้นตอนในแต่ละขั้นตอนมาเขียนเป็นขั้นตอนในการปฏิบัติงานเพื่อความเป็นมาตรฐาน (Standard Operational Procedure) ติดอยู่ในบริเวณห้องพักและจุดให้บริการ เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้พนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามมาตรฐานที่ทางผู้ประกอบการและลูกค้าคาดหวังไว้

กลยุทธ์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

โครงการจะมีการจัดการส่งเสริมการตลาดสำหรับรถยนต์ในสินค้าคงคลังที่มีอายุของสินค้ามากกว่า 3 เดือน และมากกว่า 6 เดือน โดยจะมีการแถมของแถมและให้ส่วนลดเงินสดเล็กน้อย

ตามลำดับของจำนวนเดือนของสินค้าคงคลัง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเร่งระบายสินค้าที่อยู่ในสินค้าคงคลัง เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง เนื่องจากราคาของรถยนต์มือสองค่อนข้างจะเปลี่ยนแปลงเร็ว ตามปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งไม่สามารถควบคุมได้

โดยทางโครงการจะใช้ช่องทางการทำโฆษณาผ่านทางสื่อหลักเป็น สื่อโฆษณาแบบโดยตรง เช่น อีเมล ไลน์ SMS Line และโทรศัพท์สำหรับลูกค้าที่มีการลงทะเบียนสนใจรถยนต์มือสองไว้ ส่วนสื่อโฆษณาแบบกลุ่ม จะเลือกใช้ช่องทางไม่มาก เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และวิทยุ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการทำโฆษณา แต่ก็ยังคงวัตถุประสงค์เพื่อการเพิ่มความรู้จักของลูกค้าทั่วไปเพื่อการมาเป็นลูกค้าของโครงการในอนาคตได้

กลยุทธ์ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

โครงการจะมีการจัดบริเวณแสดงสินค้าให้เป็นระเบียบโดยจะมีการเรียงลำดับการแสดงของรถยนต์มือสองแนวคิดแบบ FIFO คือ รถยนต์มือสองที่มีการซื้อเข้ามาก่อน ควรจะต้องถูกขายออกไปก่อน เพื่อเป็นการลดอายุเฉลี่ยของรถยนต์ใช้แล้วในสินค้าคงคลัง โดยจะจัดเรียงให้ลูกค้าเห็นเป็นอันดับแรกๆ หรือเรียกว่าจอดอยู่บริเวณด้านหน้าและทางขึ้นบริเวณจัดแสดงสินค้า ส่วนรถยนต์ใช้แล้วที่ซื้อเข้ามาภายหลังก็จะถูกจัดแสดงถัดไปตามลำดับ

กลยุทธ์ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นอกจากจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครสามารถเข้าถึงได้จากโซเชียลมีเดียแล้ว ทางโครงการจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการ Facebook Fanpage และ Line@ Application ที่เป็นทางการของโครงการ เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อของผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง โดยจะมีการนำข้อมูลรถยนต์ใช้แล้วที่พร้อมจัดจำหน่ายและรายละเอียด นำไปปรับให้ทันสมัยผ่านทางช่องทางดังกล่าวอยู่ตลอดเวลา

การประมาณการขนาดตลาด

การประมาณการขนาดตลาด รถยนต์มือสองไม่สามารถทำได้โดยตรงเช่นเดียวกับการประมาณการขนาดตลาดรถยนต์ใหม่ ซึ่งสามารถหาได้จากจำนวนรถยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบก ดังนั้น การหาขนาดตลาดรถยนต์มือสอง จึงสามารถได้จากการคำนวณดังต่อไปนี้

จากการหาข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบกของจังหวัดลำปางในปี 2556 พบว่ามีสถิติที่น่าสนใจและนำมาใช้ในการคำนวณหาขนาดตลาดดังนี้

จำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสมที่มีอยู่ทั้งหมดในจังหวัดลำปางมีจำนวน 144,973 คัน

จำนวนประชากรทั้งหมดที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลำปางมีจำนวน 754,862 คน

จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางมีจำนวน 231,269 คน

ดังนั้น สามารถหาจำนวนอัตราการครอบครองรถยนต์ของประชากรได้เท่ากับ $\frac{144,973}{754,862} = 0.19$ คันต่อคน

ผู้ศึกษาทำการศึกษาโดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เท่านั้น

ดังนั้น สามารถหาประมาณการหาจำนวนรถยนต์ที่มีการครอบครองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางได้เท่ากับ $231,269 \times 0.19 = 44,416$ คัน

อย่างไรก็ตาม จากผลตอบแบบสอบถามที่ผู้บริ โภค ได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ และประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงการเลือกรถยนต์โดยดูจากจำนวนปีที่จดทะเบียนที่ไม่เกิน 7 ปี ผู้ศึกษาได้เลือกกลุ่มรถยนต์มือสองที่มีอายุไม่เกิน 7 ปีมาคำนวณขนาดของตลาดรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จากสถิติจำนวนรถยนต์จดทะเบียนแยกตามอายุรถ ดังนี้

จำนวนรถยนต์อายุไม่เกิน 7 ปีมีจำนวน 50,038 คัน

จำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสมที่มีอยู่ทั้งหมดในจังหวัดลำปางมีจำนวน 144,973 คัน

ดังนั้น สัดส่วนตลาดที่ต้องการมีค่าเท่ากับ $\frac{50,038}{144,973} = 34.52\%$

เมื่อคูณสัดส่วนดังกล่าวกับจำนวนรถยนต์ที่มีการครอบครองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะได้ขนาดตลาดมีค่าเท่ากับ $44,416 \times 34.52\%$ เท่ากับ 15,330 คันต่อปี

หากผู้ศึกษาต้องการลงทุนเพื่อส่วนแบ่งทางการตลาดในช่วงเริ่มต้นที่ 1% จะต้องมียอดขายในปีแรกที่ $15,330 \times 1\%$ หรือประมาณ 150 คันต่อปี

การประมาณการรายได้

สมมติฐานการประมาณการยอดขายอายุโครงการ 5 ปี

1. จากการคำนวณยอดขายจากส่วนแบ่งทางการตลาดที่ต้องการ สำหรับการประมาณการยอดขายในปีแรก เพื่อให้เป็นฐานรายได้ให้กับโครงการ โดยกำหนดให้การประมาณการขายเท่ากับ 150 คันต่อปีสำหรับปีแรกที่เริ่มดำเนินโครงการ

2. ราคาขายต่อหน่วย คือ ราคาของต้นทุนต่อหน่วยของรถยนต์มือสองที่ซื้อเข้ามาบวกด้วยค่าปรับสภาพรถยนต์ก่อนขึ้นขาย โครงการจะเลือกวิธีการกำหนดราคาขายตามวิธีต้นทุนส่วนเพิ่ม (Cost Plus) 15% แต่ต้องไม่เกินจากราคาตลาด
3. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ราคาต้นทุนต่อหน่วยของรถยนต์มือสองจะใช้ราคาเฉลี่ยของรถยนต์ที่มีสัดส่วนการขายมากที่สุดของตลาดรถยนต์ในแต่ละประเภท เช่น รถยนต์ในหมวดรถเก๋งจะใช้ราคาเฉลี่ย Honda City รุ่นย่อยที่เป็นรุ่นยอดนิยม มาเป็นตัวแทนข้อมูล รถยนต์เพื่อการพาณิชย์จะใช้ Toyota Vigo รุ่นย่อยที่เป็นรุ่นยอดนิยม รถยนต์เอนกประสงค์ใช้ Toyota Fortuner รุ่นย่อยที่เป็นรุ่นยอดนิยมมาเป็นตัวแทนข้อมูล และนำราคาเฉลี่ยของรถยนต์ในระยะเวลา 1 - 7 ปีย้อนหลังมาทำการหาค่าเฉลี่ยเพื่อนำมาเป็นตัวแทนข้อมูลของราคารถยนต์ต่อหน่วย (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก)
4. ประมาณการยอดขายจะเพิ่มขึ้น 10% ทุกปีตลอดอายุของโครงการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง
5. ต้นทุนผันแปรประเภทสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี โดยจะสอดคล้องกับอัตราการขยายตัวของยอดขาย ต้นทุนผันแปรส่วนนี้จะประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย เช่น ค่าสื่อโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์
6. ต้นทุนรถยนต์มือสองที่ซื้อเข้ามาเพื่อปรับสภาพจะกำหนดให้เป็นค่าคงที่ เนื่องจากเพื่อให้ง่ายในการคิดคำนวณต้นทุน อีกเหตุผลหนึ่ง คือราคาต้นทุนรถยนต์มือสองในแต่ละปีจะลดลงไปตามอายุของรถยนต์ เมื่อมีการซื้อรถยนต์มือสองคันใหม่เข้ามา ก็จะทำให้ค่าเฉลี่ยกลับมามีค่าใกล้เคียงกับค่าเดิม
7. ต้นทุนคงที่ของโครงการ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร ค่าสมทบประกันสังคม ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์และค่าเช่าที่ดิน เพิ่มขึ้นประมาณ 5% จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
8. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ผู้บริโภคนั้นจะซื้อรถยนต์มือสองผ่านบริษัทสินเชื่อซึ่งผู้ประกอบการจะได้รับเงินจากสินเชื่อหลังจากทำสัญญากับผู้ซื้อเป็นเวลา 1 สัปดาห์ ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นระยะเวลาที่ไม่นาน จึงกำหนดให้การซื้อขายรถยนต์มือสองเป็นเงินสดทั้งหมด เพื่อให้ง่ายต่อการคำนวณ

ตารางที่ 4.19 แสดงราคาขายโดยวิธีต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% ตามประเภทของรถยนต์มือสอง

ประเภทของรถยนต์มือสอง	คำอธิบาย	ราคาต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (บาท)	ราคาขายที่ได้จากต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% (บาท)
รถเก๋ง	ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็นราคาเฉลี่ย Honda City อายุไม่เกิน 5 ปี	287,643	338,404
รถกระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็นราคาเฉลี่ย Toyota Vigo อายุไม่เกิน 7 ปี	428,624	504,264
รถยนต์เอนกประสงค์	ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็นราคาเฉลี่ย Toyota Fortuner อายุไม่เกิน 7 ปี	725,630	853,683

หมายเหตุ: จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า รถเก๋งจะต้องเลือกรถที่ใหม่กว่ารถยนต์มือสองประเภทอื่นๆ ผู้ศึกษาจึงเลือกตัวแทนข้อมูลเป็นราคาเฉลี่ยไม่เกิน 5 ปี (ดูรายละเอียดราคารถยนต์มือสองทั้งหมดได้ในภาคผนวก)

ตารางที่ 4.20 แสดงการประมาณการรายได้สำหรับการขายในปีแรก แบ่งตามประเภทของรถยนต์มือสอง

ประเภทของรถยนต์มือสอง	ราคาขายที่ได้จากต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% (บาท)	อัตราการขาย	ประมาณจำนวนการขายต่อปี (คัน)	ประมาณการยอดขาย (บาท)
รถเก๋ง	338,404	56%	83	28,046,923.52
รถกระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	504,264	24%	36	18,284,612.64
รถยนต์เอนกประสงค์	853,683	20%	29	24,637,291.38

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ประเภทของรถยนต์มือสอง	ราคาขายที่ได้จาก ต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% (บาท)	อัตราส่วน การขาย	ประมาณ จำนวนการ ขายต่อปี (คัน)	ประมาณการ ยอดขาย (บาท)
รวมยอดขายต่อปี			148	70,968,827.54

ที่มา : ผลตอบแบบสอบถามจากตารางที่ 7

ดังนั้น การประมาณการยอดขายสำหรับปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ 56,955,816 บาท

ตารางที่ 4.21 แสดงการประมาณการรายได้จากการขายรถยนต์มือสองในเวลา 5 ปี

ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)	ปีที่ 4 (บาท)	ปีที่ 5 (บาท)
70,968,827.54	78,065,710.29	85,872,281.32	94,459,509.46	103,905,460.40

ที่มา : จากการประมาณการ โดยมีสมมติฐานอัตราการเติบโตของยอดขายประมาณร้อยละ 10 ต่อปี

การประมาณการค่าใช้จ่ายทางการขายและการตลาด

จากนโยบายส่วนประสมทางการตลาด ทางโครงการได้มีการวางแผนที่จะดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายไว้ได้แก่

1. การจัดกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยโครงการให้ความสำคัญกับโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จากผลตอบแบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อายุระหว่าง 20 - 29 ปี ซึ่งทางโครงการจะจัดให้มีเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงสินค้าที่มีอยู่ในโครงการได้โดยสะดวก และยังคงจัดให้มีการทำโฆษณาผ่านทางสื่อแบบดั้งเดิม เช่น ป้ายโฆษณาไวเนล โบปลิว วิทยู และหนังสือพิมพ์ โดยผู้ประกอบการให้การสัมภาษณ์ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะไม่เกินเดือนละ 25,000 บาท
2. การให้ส่วนลดของแถมกับลูกค้า จากผลตอบแบบสอบถามพบว่ากรณีมี campaign หรือ โปรโมชันส่งเสริมการขายจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น โดยทางโครงการจะมีการให้ส่วนลดหรือของแถมกับลูกค้าในงบประมาณเฉลี่ยไม่เกินคันละ 15,000 บาท ไม่ว่าจะเป็นประกัน น้ำมัน พิล์มกรองแสง และอื่นๆ

3. การให้ค่านายหน้าสำหรับพนักงานขาย จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า มีการให้ค่านายหน้าสำหรับพนักงานขาย ถ้ามีการขายได้ ค่านายหน้าที่ได้รับคิดเป็นจำนวนกัน กันละ 2,000 บาท

ตารางที่ 4.22 ตารางประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด 5 ปี

ปีที่	ปริมาณการขาย (ตัน)	การให้ส่วนลดและค่านายหน้า (บาท)	กิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ (บาท)	รวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (บาท)
1	148	2,516,000.00	210,000.00	2,726,000.00
2	163	2,767,600.00	220,500.00	2,988,100.00
3	179	3,044,360.00	231,525.00	3,275,885.00
4	197	3,348,796.00	243,101.00	3,591,897.25
5	217	3,683,675.00	255,256.00	3,938,931.91
รวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาดต่อปี				16,520,814.16

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการศึกษาข้อมูลด้านเทคนิคจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิต่างๆเพื่อใช้ในการประมาณค่าใช้จ่าย การวิเคราะห์ความเหมาะสมของสถานที่ การวิเคราะห์แหล่งที่มาของสินค้ารถยนต์มือสอง ผู้ศึกษาขออธิบายรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ทำเลที่ตั้ง

การกำหนดทำเลสถานที่ตั้งโครงการโชว์รูมรถยนต์มือสอง และความเหมาะสมของที่ตั้งสำหรับทำเลที่ตั้งจะต้องเป็นทำเลที่มีสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกันตั้งอยู่ใกล้กัน เนื่องจากรถยนต์มือสองเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องทำการเลือกสรรให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องตั้งสถานประกอบการที่อยู่ในย่านที่มีสถานประกอบการดังกล่าวๆในละแวกเดียวกัน สามารถเดินทางได้สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า มีความพร้อมเพรียงในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้าและน้ำประปา ตู้กดเงินอัตโนมัติ เป็นต้น

โดยลักษณะพื้นที่ที่ผู้ศึกษาทำการศึกษาเป็นพื้นที่เปล่าจำนวน 2 ไร่ หนักกว้างประมาณ 80 เมตร รวมเงินลงทุนค่าเช่าที่ดินประมาณ 60,000 บาท และก่อสร้างอาคารเพื่อทำการจัดแสดงรถยนต์และพื้นที่ปรับสภาพก่อนจัดจำหน่ายประมาณ 3 ล้านบาท

4.2.2 แหล่งที่มาของรถยนต์มือสอง

ธุรกิจรถยนต์มือสองจะต้องมีการสรรหาสินค้าจากช่องทางต่างๆแล้วแต่ความถนัดของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปางพบว่าสินค้าที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น ประกอบไปด้วยแหล่งที่มาดังต่อไปนี้

1. พนักงานขายโชว์รูมรถยนต์ใหม่
2. แหล่งประมูล
3. นายหน้าค้ารถยนต์มือสอง

4.2.3 การปรับสภาพรถยนต์ก่อนการจัดจำหน่าย

ปกติแล้วรถยนต์ใช้แล้วที่ซื้อมาจะมีสภาพที่มีตำหนิ ทั้งการเนี่ยช่นมา หรือความสกปรกที่ไม่สามารถกำจัดออกได้ที่เกิดจากการใช้งาน ซึ่งผู้ประกอบการจะทำการเลือกซื้อรถยนต์ที่ไม่มีลักษณะดังกล่าวนี้

1. รถประสอบอุบัติเหตุชนเข้าถึงภายใน โครงสร้างรถยนต์
2. รถยนต์จมน้ำ
3. รถยนต์ที่ตัดต่อตัดแปลงมา
4. รถยนต์ที่ผ่าครึ่งแล้วนำเข้ามาประกอบใช้งาน ในกรณีนี้จะ โอนไม่ได้ เนื่องจากไม่มีเลขตัวถังที่ถูกต้อง

หากผู้ประกอบการสามารถพิจารณาซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาแล้ว ขั้นตอนต่อมาจำเป็นที่จะต้องมีการปรับสภาพของรถยนต์มือสองก่อนการจำหน่ายให้กับผู้บริโภค การปรับสภาพ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการปรับสภาพเฉลี่ยไม่เกินคันละ 10,000 บาท สามารถทำได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. ทำความสะอาด สามารถทำภายในโชว์รูมได้เลย
2. ปรับสภาพตัวถังหรือเครื่องยนต์ อาจจะต้องมีการส่งไปให้อู่ที่มีความสามารถในการซ่อมแซมเครื่องยนต์หรือเปลี่ยนแปลงอะไหล่ และการส่งไปให้อู่ที่มีการซ่อมสีภายนอก เป็นต้น

เมื่อรวมค่าใช้จ่ายต้นทุนของรถยนต์มือสองจากตารางที่ 4.19 จะสามารถคำนวณต้นทุนทางตรงทั้งหมดของรถยนต์มือสองได้ แสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสอง

ปีที่	ปริมาณการขาย (คัน)	ต้นทุนรถยนต์มือ สอง (บาท)	ค่าใช้จ่ายในการปรับสภาพ (บาท)	รวมต้นทุนทางตรง (บาท)
1	148	60,323,503	1,480,000.00	61,803,503
2	163	66,355,854	1,628,000.00	67,983,854
3	179	72,991,439	1,790,800.00	74,782,239
4	197	80,290,583	1,969,880.00	82,260,463
5	217	88,319,641	2,166,868.00	90,486,509
รวมต้นทุนทางตรงต่อปี				377,316,569

4.2.4 ความหลากหลายของสินค้า

การเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วเพื่อนำมาจำหน่ายต่อ มีปัจจัยที่ต้องพิจารณาในด้านผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น แบริด ระยะเวลา นับตั้งแต่วันที่จดทะเบียนรถใหม่ สี และระยะทางที่ผ่านการใช้งานมา ปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องนำมาใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อรถยนต์ใช้แล้วเข้ามาเป็นสินค้าคงคลัง

4.2.5 กระบวนการในการส่งมอบรถยนต์ใช้แล้ว

โดยปกติการส่งมอบรถยนต์ให้กับลูกค้าจะมีอยู่สองกรณี คือ

1. กรณีเงินสด สามารถออกรถ ณ วันที่ทำการชำระเงินได้เลย
2. กรณีเงินผ่อน ต้องมีการทำสัญญาระหว่างลูกค้ากับบริษัทผู้ให้สินเชื่อ โดยจะต้องมีการวางเงินจองและการคำนวณยอดจัดสินเชื่อจากทางผู้ให้สินเชื่อ เพื่อให้ผู้บริโภครายว่าจะต้องชำระผ่อนส่งค่ารถเป็นเงินจำนวนเดือนละเท่าไร

4.2.6 การตั้งราคาสินค้า

รถยนต์มือสองโดยปกติแล้ว จะไม่มีราคากลางที่ชัดเจน เนื่องจากคุณสมบัติของรถยนต์ใช้แล้วแต่ละคันจะไม่เหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น ถึงแม้จะเป็นรถเก๋งโตโยต้าวิออส สีดำ จดทะเบียนปี 2556 เหมือนกัน แต่สภาพ เลขไมล์ ของรถจะไม่เหมือนกัน ทำให้การตั้งราคา จะสามารถทำได้เพียงประมาณการ โดยจะมีความแตกต่างกันออกไปของราคาในแต่ละพื้นที่ของสถานประกอบการนี้ ขึ้นอยู่กับปริมาณของอุปสงค์และอุปทานในพื้นที่นั้นๆ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาราคอ้างอิง เพื่อทำการตั้งราคาสินค้าเพื่อทำการขายได้ ในปัจจุบัน ลูกค้าส่วนใหญ่จะทำการซื้อด้วยเงินผ่อน การตั้งราคาหลักๆจึงมาจากการนำ ยอดจัดสินเชื่อสุทธิ มาคำนวณราคารับซื้อและราคาตั้งขาย หากสามารถรับซื้อได้ถูกกว่ายอดจัดสินเชื่อได้มากๆ ก็จะมาสามารถทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องวางเงินดาวน์ได้ หรือถ้าซื้อเข้ามามากกว่ายอดจัดสินเชื่อ ผู้บริโภคก็อาจจะต้องวางเงินดาวน์เป็นจำนวนเล็กน้อย

ส่วนใหญ่แล้ว ผู้ประกอบการจะทำการบวกราคากำไรจากต้นทุนไปประมาณเฉลี่ยแล้ว 15% ขึ้นไป

4.2.7 ระยะเวลาในการดำเนินงานและการก่อสร้าง

ตารางที่ 4.24 แสดงการวางแผนระยะเวลาในการดำเนินงานและการก่อสร้าง

กิจกรรม	ระยะเวลา
เขียนแผนธุรกิจ	1 เดือน
สำรวจพื้นที่โครงการ	1 สัปดาห์
แบบร่าง แบบสถาปัตยกรรม และแก้ไข	1 เดือน
จัดหาผู้รับเหมาและประกวดราคา	2 สัปดาห์
ดำเนินการก่อสร้าง	3 เดือน
ตกแต่งภายใน	2 สัปดาห์
ตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนส่งมอบ	1 สัปดาห์
ซื้อรถยนต์มือสองเข้าสินค้าคงคลัง	3 เดือน
รับสมัครพนักงาน	2 เดือน
ทดลองเปิดดำเนินการ	1 เดือน
โฆษณาเบื้องต้น	1 เดือน
เปิดตัวโครงการ	1 วัน

4.2.8 งานลงทุนก่อสร้างอาคารจัดแสดงรถยนต์มือสองและพื้นที่ปรับสภาพรถยนต์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับราคาของการก่อสร้างอาคาร จะอยู่ในช่วง 9,000 - 10,000 บาทต่อตารางเมตร ทางผู้ศึกษาจึงต้องทำการประกวดราคาจากผู้รับเหมา ในท้องที่หลายๆราย เพื่อเป็นการคาดคะเนการก่อสร้างเบื้องต้น โดยผู้ศึกษาจะใช้พื้นที่ในการแสดงรถยนต์มือสองและส่วนสำนักงานประมาณ 200 ตารางเมตร ที่เหลือเป็นพื้นที่จอดรถสำหรับสินค้าคงคลัง

การประมาณต้นทุนในการก่อสร้าง งานตกแต่ง งานระบบภายในอาคารเบื้องต้นจะประกอบไปด้วย

1. งานฐานราก โครงสร้างอาคาร ตามตารางคำนวณรายการแบบก่อสร้าง
2. งานพื้น ผนัง ก่ออิฐฉาบปูน หน้าต่างประตู และสุขภัณฑ์
3. งานตกแต่งภายใน เช่น พื้น ผนัง ทาสี ปูกระเบื้อง และเฟอร์นิเจอร์แบบ built-in
4. งานระบบไฟฟ้าและน้ำประปาภายใน
5. งานระบบระบายน้ำและสิ่งปฏิกูล

นอกจากนี้ยังมีงานระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก ที่ไม่รวมอยู่ในงานก่อสร้างอาคารอีกด้วย ดังนี้

1. งานระบบเครื่องปรับอากาศ
2. งานติดตั้งมิเตอร์ไฟและหม้อแปลงไฟฟ้า
3. งานติดตั้งมิเตอร์น้ำประปา
4. งานติดตั้งระบบโทรศัพท์ภายใน

ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

รายการ	จำนวนพื้นที่	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน
ที่ดิน (ตารางวา)	800	(เช่า)	-
ค่าก่อสร้างอาคาร (ตารางเมตร)	200	9,000	1,800,000
รวมสินทรัพย์อาคารและที่ดิน			1,800,000

หมายเหตุ: ค่าก่อสร้างอาคารคิดตามพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ ไม่คิดพื้นที่ว่าง

จากตารางที่ 4.25 โครงการจะต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวรดังกล่าวรวมเป็นเงินประมาณ 1,800,000 บาท

ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนอุปกรณ์ในสำนักงาน

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
เฟอร์นิเจอร์ (ชุด)	4	15,000	60,000
เฟอร์นิเจอร์ built-in			200,000
เครื่องปรับอากาศ (เครื่อง)	2	20,000	40,000
คอมพิวเตอร์ (เครื่อง)	3	20,000	60,000
เครื่องพิมพ์	1	5,000	5,000
เครื่องถ่ายเอกสาร	1	25,000	25,000
เครื่องโทรสาร	1	5,000	5,000
อุปกรณ์ปรับสภาพรถยนต์ เช่น แม่แรง ไขควง คีม ชุดทำความสะอาด			100,000
โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	1	2,000	2,000
โทรศัพท์มือถือ	2	3,000	6,000
รวมสินทรัพย์ชั่วคราวประเภทอุปกรณ์ในสำนักงาน			503,000

รวมค่าใช้จ่ายในการติดตั้งสินทรัพย์ชั่วคราวประเภทอุปกรณ์สำนักงานเป็นเงินทั้งสิ้น 603,000 บาท
(ดังแสดงในตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนในระบบสาธารณูปโภค

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
มิเตอร์ไฟ	1	5,000	5,000
มิเตอร์น้ำ	1	3,000	3,000
สุขภัณฑ์ในห้องน้ำ	4	15,000	60,000
รวมสินทรัพย์ชั่วคราวประเภทระบบสาธารณูปโภค			68,000

รวมค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบสาธารณูปโภคเป็นเงินทั้งสิ้น 68,000 บาท (ดังแสดงในตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงการประมาณการงานก่อสร้างภายนอกอาคาร

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ล้อมรั้ว	1,000,000
เทพื้นผิวบริเวณโครงการ	50,000
รวมค่าใช้จ่ายงานก่อสร้างภายนอกอาคาร	1,050,000

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงการประมาณการลงทุนในโครงการแรกเริ่ม

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รวมสินทรัพย์อาคารและที่ดิน	1,800,000
รวมสินทรัพย์ชั่วคราวประเภทอุปกรณ์ในสำนักงาน	503,000
รวมสินทรัพย์ชั่วคราวประเภทระบบสาธารณูปโภค	68,000

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รวมค่าใช้จ่ายภายนอกอาคาร	1,050,000
สรุปรวมจำนวนเงินลงทุนในสินทรัพย์โครงการแรกเริ่ม	3,421,000

4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการจะทำให้ทราบถึงข้อมูลในการวางแผนและการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งจะนำมาทำเป็นงบการเงินล่วงหน้าเพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผลการทำงานและการตัดสินใจลงทุน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการ จะพิจารณาประเด็นที่สำคัญต่างๆดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างของกิจการ
2. โครงสร้างองค์กร
3. แผนการบริหารงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. การบริหารจัดการความเสี่ยง
5. การคาดคะเนต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

4.3.1 โครงสร้างของกิจการ

โครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสอง ในอำเภอเมือง ลำปาง จะใช้รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ซึ่งเป็นรูปแบบขององค์การธุรกิจซึ่งจัดตั้งด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้นที่มีมูลค่าเท่าๆกัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดในส่วนของทุนที่ตนลงทุนไปเท่านั้น บริษัทจำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นโดยมีบุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ตกลงเข้าร่วมทุนโดยกำหนดทุนออกเป็นหุ้น รวมถึงกำหนดมูลค่าหุ้นไว้ด้วย ใช้คำนำหน้าว่า "บริษัท" และคำว่า "จำกัด" ต่อท้ายชื่อ

การดำเนินกิจการในรูปแบบของ บริษัทจำกัด มีข้อดีข้อเสียดังนี้

ข้อดีของการดำเนินธุรกิจแบบ บริษัทจำกัด

1. ทน สามารถหาทุนเป็นจำนวนมากได้ ด้วยการออกหุ้นเพิ่มทุนเพิ่มเติมได้
2. การเสียภาษีในอัตราของนิติบุคคล ซึ่งปัจจุบันที่ 20% ของกำไรสุทธิ ซึ่งน้อยกว่ารูปแบบองค์การแบบเจ้าของคนเดียว
3. ความรับผิดชอบของผู้ถือหุ้น รับผิดชอบจำกัดตามที่ได้ลงทุนไปเท่านั้น
4. อายุของกิจการไม่จำกัด หากผู้ถือหุ้นคนใดคนหนึ่งตายหรือไม่ต้องการร่วมลงทุนต่อไป ก็อาจจะขายหรือโอนหุ้นให้ผู้อื่นต่อไปได้

ข้อเสียของการดำเนินธุรกิจแบบ บริษัทจำกัด

1. อาจมีการเสียภาษีซ้ำซ้อน กล่าวคือ นอกจากจะต้องมีการเสียภาษีจากกำไรสุทธิของบริษัทแล้ว หากมีการปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้น ผู้ถือหุ้นจะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพิ่มอีก
2. กฎหมาย การดำเนินธุรกิจรูปแบบบริษัทจำกัดมีกฎหมายข้อบังคับมากกว่าแบบบุคคลธรรมดา
3. ความลับของบริษัท เนื่องจากต้องมีการทำรายงานทางด้านบัญชีส่งสรรพากรและผู้ถือหุ้น ทำให้มีโอกาสที่จะมีความลับขององค์กรรั่วไหลออกมาได้

การดำเนินการเกี่ยวกับภาษี

ภาษีนิติบุคคล

บริษัทมีหน้าที่ต้องเสียภาษีต่อสรรพากรโดยคำนวณจากอัตราส่วนร้อยละ 20% ของกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว

ภาษีโรงเรือนและที่ดิน

สถานประกอบการรถยนต์มือสองตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ต้องเสียค่าภาษีโรงเรือนและที่ดินปีละ 5,000 บาท

ภาษีป้าย

โครงการมีป้ายชื่อขนาด 4 x 2 ตารางเมตร ซึ่งเป็นแบบภาษาไทยปนกับภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ป้าย ป้ายประเภทนี้คือป้ายที่มีตัวอักษรภาษาไทย และมีภาษาอื่นๆ รวมถึงรูปภาพเข้าไปผสมได้ แต่มีข้อแม้ว่าอักษรภาษาไทยทุกตัวบนป้ายนั้นต้องอยู่บนสุด และห้ามอยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าอักษรภาษาอื่นๆ โดยป้ายดังกล่าวจะใช้อัตราภาษีที่ 20 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร ดังนั้น ทางโครงการจะต้องเสียภาษีป้ายเป็นจำนวนเงินทั้งหมด $(4 \times 2 \times 20) / 0.05$ เท่ากับ 3,200 บาทต่อปี

4.3.2 โครงสร้างองค์กร

โดยทั่วไปสถานประกอบการรถยนต์ใช้แล้ว จะมีการวางโครงสร้างองค์กรซึ่งมีรูปแบบดังนี้

1. **ผู้จัดการ** มีหน้าที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในขั้นตอนสุดท้าย ทั้งในด้านการซื้อและการขายรถยนต์มือสอง
2. **พนักงานขาย** มีหน้าที่ในการขายรถยนต์ใช้แล้ว รวมไปถึงเป็นที่ปรึกษาด้านการขายให้กับผู้บริโภค โดยหน้าที่ของพนักงานขายจะเริ่มตั้งแต่การหาลูกค้ามุ่งหวัง รวบรวมเอกสารที่สำคัญของลูกค้า ติดต่อบริษัททางการเงินในกรณีที่ลูกค้าต้องการซื้อรถยนต์มือสองเงินผ่อน ทำเรื่องการโอนรถยนต์มือสองให้กับลูกค้าเมื่อผ่านทำสัญญาซื้อขายเรียบร้อยแล้วที่กรมการขนส่งทางบกจังหวัดลำปาง ไปจนถึงกระบวนการส่งมอบรถยนต์มือสองให้กับลูกค้า
3. **พนักงานปรับสภาพ** มีหน้าที่ในการปรับปรุง ซ่อมแซม และทำความสะอาดรถยนต์มือสองที่ผู้จัดการซื้อเข้ามา เพื่อนำไปจัดแสดงขายให้กับพนักงานขายในขั้นตอนถัดไป
4. **พนักงานบัญชีและการเงิน** ทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับจ่ายเงินสด และทำบัญชีรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือน
5. **แม่บ้าน** ทำหน้าที่ทำความสะอาดบริเวณห้องรับรองลูกค้า ส่วนจัดแสดงสินค้า ห้องน้ำ และส่วนปรับสภาพรถยนต์ใช้แล้ว
6. **พนักงานรักษาความปลอดภัย** ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้าด้านหน้าเบื้องต้น ดูแลความเรียบร้อยของสถานประกอบการ และดูแลความปลอดภัยของสินค้าคงคลังในยามวิกาล

4.3.3 แผนการบริหารงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

การบริหารจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นการพิจารณาระบบการบริหารงานตามตำแหน่งงานและหน้าที่ที่เหมาะสมกับธุรกิจรถยนต์มือสอง โดยมีรายละเอียดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ดังนี้

อัตรากำลัง จะใช้พนักงานทั้งสิ้น 9 คน แบ่งออกเป็นพนักงานประจำ 6 คน ได้แก่ ผู้จัดการ 1 คน พนักงานขาย 2 คน พนักงานปรับสภาพ 2 คน และพนักงานจัดจ้างภายนอก 3 คน ได้แก่ แม่บ้าน 1 คน และพนักงานรักษาความปลอดภัย 2 คน แบ่งตามโครงสร้างดังแผนภูมิองค์กรด้านล่างนี้



รูป 4.1 แสดงแผนผังองค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง พบว่า เนื่องจาก พนักงานขายต้องทำหน้าที่ตั้งแต่ออกหากลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง รวบรวมเอกสารที่สำคัญของลูกค้า ติดต่อบริษัททางการเงินในกรณีลูกค้าต้องการซื้อรถยนต์มือสองเงินผ่อน ทำเรื่องการโอนรถยนต์มือสองให้กับลูกค้าเมื่อผ่านทำสัญญาซื้อขายเรียบร้อยแล้วที่กรมการขนส่งทางบกจังหวัดลำปาง ไปจนถึงกระบวนการส่งมอบรถยนต์มือสองให้กับลูกค้า รวมไปถึงการดูแลให้คำปรึกษาหลังการขาย ซึ่งใช้ระยะเวลาค่อนข้างมากในการจบกระบวนการการขายรถยนต์มือสอง 1 คัน

ดังนั้น ผู้ประกอบการรถยนต์มือสองจึงแนะนำให้มี ประสิทธิภาพเฉลี่ยของพนักงานขายรถยนต์มือสองที่ค่าระหว่าง 4-5 คันต่อคนต่อเดือน ซึ่งในกรณีที่ทำการศึกษาค้นคว้าต้องการยอดขาย 12 คันต่อเดือน จึงสมควรที่จะมีพนักงานขายจำนวน 2-3 คน

ส่วนพนักงานปรับสภาพรถยนต์จะทำหน้าที่ในการตรวจสอบสภาพรถยนต์ที่ซื้อเข้ามาจากผู้ขาย แล้วนำไปปรับปรุงเริ่มตั้งแต่การล้างรถครั้งแรก เพื่อตรวจสอบหาร่องรอยอุบัติเหตุภายนอกให้ชัดเจนขึ้น ส่งรถยนต์มือสองไปยังอู่ซ่อมภายนอกในกรณีที่มีการทำสีใหม่ และล้างซักเบาะและพรม ซึ่งใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 7-10 วัน ต่อคัน

ดังนั้น ผู้ประกอบการรถยนต์มือสองจึงแนะนำให้มีจำนวนพนักงานปรับสภาพรถยนต์มือสองจำนวน 1-2 คน เพื่อทำหน้าที่ดังกล่าว

การคัดเลือกพนักงาน เนื่องจากธุรกิจรถยนต์มือสองเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้าน การพบปะและพูดคุยกับลูกค้า ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดจึงเป็นเรื่องของการบริการ พนักงานทุกตำแหน่งจะต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่เกี่ยวข้องกับการบริการ มีบุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส

ส่วนคุณสมบัติรองก็จะแยกไปตามหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง เช่น ผู้จัดการที่ทำหน้าที่ซื้อรถยนต์ใช้แล้วก็ต้องมีความรู้ทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเครื่องยนต์และตัวถังรถยนต์ ส่วนพนักงานขายก็ต้องมีความกระตือรือร้นในการเข้าหาลูกค้า เป็นต้น

เงินเดือนและค่าตอบแทน ตำแหน่งผู้จัดการ เงินเดือน 20,000 บาท ตำแหน่งพนักงานขาย 5,000 บาท ตำแหน่งพนักงานบัญชีและการเงิน 12,000 บาท ตำแหน่งแม่บ้านและพนักงานรักษาความปลอดภัย 11,000 บาท ตำแหน่งพนักงานปรับสภาพ 9,000 บาท

เวลาเปิดทำการ เปิดทำการวันจันทร์ถึงเสาร์ ตั้งแต่เวลา 8:00 น. ถึง 17:00 น.

สวัสดิการ พนักงานทุกคนจะได้รับสิทธิประโยชน์ประกันสังคม โดยโครงการจะออกเงินประกันสังคมให้ 5 % ของเงินเดือน เงินพิเศษสำหรับพนักงานที่ขายรถยนต์ใช้แล้วได้เข้าเป้า พนักงานที่ผ่านการประเมินเข้ามาเป็นพนักงานประจำจะได้รับค่ารักษาพยาบาล ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุ งานเลี้ยงประจำปี โบนัส วันลา เป็นต้น

การประเมินผลงานพนักงาน โครงการจะมีการประเมินผลงานปีละ 2 ครั้ง ในเดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคม ผลการประเมินจะนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพิจารณาขึ้นเงินเดือนประจำปี และโบนัสประจำปี โดยเฉลี่ยแล้ว การขึ้นเงินเดือนประจำปี จะไม่ต่ำกว่า 5%

4.3.4 การบริหารจัดการความเสี่ยง

คู่แข่งชั้น คู่แข่งขันในท้องถิ่น ทั้งจากคิลเลอร์รถยนต์ และจากผู้ให้บริการเต็มถยนต์มือสองมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องรักษามาตรฐานของสินค้าและคุณภาพของการให้บริการ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ ชื่อซ้ำ และช่วยสร้างความแตกต่างของสถานประกอบการของโครงการจากผู้ประกอบการแหล่งอื่นๆ

เงินทุนหมุนเวียน เงินทุนที่ใช้ในการซื้อรถยนต์ใช้แล้ว ส่วนมากจะมาจากการใช้เงินสดของผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม หากมีภาวะที่มีสินค้าคงคลังเป็นจำนวนมาก แต่ยังมีโอกาสในการที่จะซื้อรถยนต์มือสองที่มีเข้ามา โดยการติดต่อกับสถาบันทางการเงินที่มีโครงการเกี่ยวกับสินเชื่รถยนต์ (Floor plan) ที่จะเข้ามาเสนอเงินทุนในการใช้หมุนเวียนยามที่ขาดสภาพคล่องได้

การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการจะพยายามรักษาค่าเฉลี่ยของอายุของสินค้าคงคลังให้มีอายุเฉลี่ยไม่เกิน 6 เดือน นับตั้งแต่วันที่ซื้อเข้ามา เนื่องจากรถยนต์มือสองมีแนวโน้มที่จะมีราคาตกลงทุกๆเดือน เมื่อมีรถยนต์มือสองที่อายุเข้าใกล้ช่วงเวลาดังกล่าว จะถูกนำมาจัดโปรโมชันส่งเสริมการขาย ไม่ว่าจะเป็นการลดราคา หรือการเสนอของแถมและบริการหลังการขาย

เป็นพิเศษให้ เพื่อให้เป็นการระบายรถยนต์ที่มีอายุในคลังสินค้าที่ยาวนานออกไป ลดความเสี่ยงในการขาดทุนจากราคาสินค้าเป็นจำนวนมากได้

นอกจากนี้ยัง ได้มีการทำประกันภัยเกี่ยวกับรถยนต์ในสินค้าคงคลัง เพื่อลดความเสี่ยงในกรณีการเกิดไฟไหม้ น้ำท่วมและการลักขโมย เป็นจำนวน 20,000 บาทต่อปี

4.3.5 การคาดคะเนต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายต่างๆในด้านภาษีและการบริหารทรัพยากรบุคคลตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายต่างๆเพิ่มเติมอีกดังนี้

1. เงินเดือนผู้บริหาร เดือนละ 20,000 บาท หรือปีละ 240,000 บาท
2. ค่าซ่อมแซมอื่นๆ เดือนละ 3,000 บาท หรือปีละ 36,000 บาท
3. ค่าเช่าที่ดินอีกเดือนละ 60,000 บาท หรือปีละ 720,000 บาท

ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงสรุปต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

รายการ	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ค่าใช้จ่ายต่อปี (บาท)
เงินเดือนผู้บริหาร	20,000	1	240,000.00
รวมเงินเดือนฝ่ายจัดการ	15,000	3	324,000.00
รวมเงินเดือนฝ่ายบัญชีและการเงิน	12,000	1	144,000.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน			100,600.00
ค่าสาธารณูปโภค (น้ำ/ไฟ/โทรศัพท์/ โทรสาร)	12,000		144,000.00
ค่าประกัน		1	20,000.00
ค่าเช่า			720,000.00

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

รายการ	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ค่าใช้จ่ายต่อปี (บาท)
ค่าสอบบัญชี			5,000.00
เงินค่าจ้างแม่บ้านทำความสะอาด	9,000	1	108,000.00
เงินค่าจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัย	9,000	2	264,000.00
ค่าจัดทำบัญชี	5,000		60,000.00
ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน	3,000		36,000.00
รวมต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร			1,495,400

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนผู้บริหาร	240,000.00	256,800.00	274,776.00	294,010.32	314,591.04
รวมเงินเดือนฝ่ายจัดการ	324,000.00	340,200.00	357,210.00	375,070.50	393,824.03
รวมเงินเดือนฝ่ายบัญชีและการเงิน	144,000.00	151,200.00	158,760.00	166,698.00	175,032.90
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	100,600.00	100,600.00	100,600.00	100,600.00	100,600.00
ค่าสาธารณูปโภค (น้ำ/ไฟ/โทรศัพท์/โทรสาร)	144,000.00	154,080.00	164,865.60	176,406.19	188,754.63

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าประกัน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
ค่าเช่า	720,000.00	756,000.00	793,800.00	833,490.00	875,164.50
ค่าสอบบัญชี	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
เงินค่าจ้างแม่บ้านทำความสะอาด	108,000.00	115,560.00	123,649.20	132,304.64	141,565.97
เงินค่าจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัย	264,000.00	282,480.00	302,253.60	323,411.35	346,050.15
ค่าจัดทำบัญชี	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
รวมต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,769,100.00	2,277,920.00	2,396,914.40	2,522,991.01	2,656,583.21

ที่มา: จากการสัมภาษณ์และคำนวณสมมติฐานการวิเคราะห์กำหนดให้ค่าใช้จ่ายประเภทนี้เพิ่มขึ้นปีละ 7%

ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงมูลค่าและค่าเสื่อมราคา

รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่า (บาท)	ค่าเสื่อม ราคาต่อ ปี (บาท)
ค่าใช้จ่ายเครื่องมือและอุปกรณ์	5	1	503,000	503,000	100,600
ค่าตกแต่งอาคารสำนักงานและ ที่ดิน	5	1	2,850,000	2,850,000	570,000

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงการคิดค่าเสื่อมราคาและค่าเสื่อมราคาเหมาะสมต่อปี

ปีที่	ค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง			
	ค่าเสื่อมราคา สินทรัพย์ (บาท)	ค่าเสื่อมราคา เครื่องจักร และ อุปกรณ์ (บาท)	ค่าเสื่อมราคาต่อปี (บาท)	ค่าเสื่อมราคา สะสม (บาท)
1	570,000	100,600	670,600	670,600.00
2	570,000	100,600	670,600	1,341,200.00
3	570,000	100,600	670,600	2,011,800.00
4	570,000	100,600	670,600	2,682,400.00
5	570,000	100,600	670,600	3,353,000.00

4.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

กระบวนการในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะประกอบไปด้วย

1. การจัดทำต้นทุนโครงการ
2. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน
3. การจัดทำกำไรขาดทุนล่วงหน้า
4. การจัดทำกระแสเงินสดล่วงหน้า
5. การจัดทำแสดงสถานะทางการเงินล่วงหน้า
6. กระทบความเสี่ยงความเป็นไปได้ของโครงการ
 - a. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)
 - b. ผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return)
 - c. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
 - d. ดัชนีกำไร (Profitability Index)
 - e. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)
 - f. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

4.4.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานของโครงการ

การจัดทำค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานของโครงการเป็นการคาดคะเนมูลค่าของทรัพยากรหรือเงินลงทุนเริ่มแรกที่ต้องนำไปใช้ เพื่อก่อให้เกิดสินค้าหรือบริการ

ค่าใช้จ่ายในช่วงเริ่มต้นโครงการส่วนใหญ่จะถูกนำไปปรับปรุงสินทรัพย์ เช่น โชว์รูมแสดงสินค้า ปรับปรุงพื้นที่จอดรถยนต์ และซื้อสินค้าคงคลัง โดยจะจัดหาเงินลงทุนจากการกู้เงินระยะยาวจากสถาบันการเงินมาใช้ปรับปรุงสินทรัพย์ และการใช้เงินทุนส่วนตัวของเจ้าของในการใช้ซื้อสินค้าคงคลังและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ส่วนอื่นๆจะเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้นของโครงการที่ประกอบไปด้วย

1. ค่าใช้จ่ายในการก่อตั้งบริษัท
2. วัสดุสิ้นเปลือง อุปกรณ์สำนักงาน

3. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เช่น ค่าโฆษณา
4. ค่าใช้จ่ายในการจัดทำเว็บไซต์สำหรับการโฆษณา
5. ค่าใช้จ่ายเครื่องมือ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน และอุปกรณ์สำหรับปรับสภาพรถยนต์
6. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดสำหรับการทำงานในเดือนแรก

ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นโครงการสรุปดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายประมาณการเริ่มต้นในการดำเนินโครงการ

ความต้องการในการเริ่มต้นดำเนินกิจการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการก่อตั้งบริษัท	10,000.00
วัสดุสิ้นเปลือง อุปกรณ์สำนักงาน	5,000.00
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เช่น ค่าโฆษณาทางช่องทางต่างๆ	4,500.00
ค่าที่ปรึกษาทางบัญชี	0.00
ค่าอุปกรณ์สารานุกรมปก	68,000.00
ค่าใช้จ่ายเครื่องมือ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน เครื่องปรับอากาศ และอุปกรณ์สำหรับปรับสภาพรถยนต์	503,000.00
ค่าที่ทำเว็บไซต์	3,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	10,000.00
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	603,500.00

4.4.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Analysis)

ข้อมูลความเสี่ยงที่มักมีผู้นิยมวิเคราะห์เพื่อประเมินความเสี่ยงคือการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even analysis) จุดคุ้มทุนจะเป็นเครื่องชี้วัดความเสี่ยงพื้นฐานที่ผู้ประเมินโครงการต้องการทราบเพื่อจะประมาณได้ว่าหากโครงการจะเกิดความคุ้มค่านั้นตัวแปรค่านำเข้าควรเป็นเท่าใด หรือกล่าวได้ว่า

จุดคุ้มทุน (Break-even Point) ก็คือระดับของตัวแปรนำเข้าที่ทำให้ค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 0 จะได้สมการดังต่อไปนี้

$$\text{Break - even Point} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Price} - \text{Variable Cost}}$$

เมื่อกำหนดให้

Break-even Point คือ จำนวนขายที่เป็นจุดคุ้มทุน

Fixed Cost คือ ประมาณค่าใช้จ่ายคงที่ต่อเดือน

Price คือ ราคาต่อหน่วยขาย

Variable Cost คือ ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

โดยมีสมมติฐานต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อเดือนจะประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายต่างประเภทๆดังต่อไปนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด ประกอบไปด้วย เงินเดือนพนักงานขาย ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เป็นเงินจำนวน 252,167 บาท
2. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบไปด้วย เงินเดือนพนักงานทั่วไป ค่าซ่อมบำรุง ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ค่าเช่าที่ดิน เป็นต้น เป็นเงินจำนวน 139,383 บาท
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายทางบัญชี ค่าใช้จ่ายในการจ้างงานภายนอก ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นต้น เป็นเงินจำนวน 39,000 บาท

รวมต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อเดือนที่เป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ที่กล่าวถึง มีค่าเท่ากับ 430,500 บาท สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก

ส่วนสมมติฐานรายได้เฉลี่ยต่อคันและต้นทุนเฉลี่ยต่อคัน ค่าเฉลี่ยของยอดขายของรถยนต์แต่ละประเภท คุณจำนวนที่ขายแต่ละเดือนแล้วหารด้วยจำนวนยอดขายรวมในแต่ละเดือน แสดงผลการคำนวณได้ตามตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนและยอดขายเฉลี่ยต่อกัน

ประเภทของรถยนต์มือสอง	จำนวนขายต่อเดือน (คัน)	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)	รวมต้นทุน (บาท)	ราคาขายต่อหน่วย (บาท)	รวมยอดขาย (บาท)
รถเก๋ง	7	287,643	1,986,657	338,404	2,337,244
รถกระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	3	428,624	1,295,160	504,264	1,523,718
รถยนต์เอนกประสงค์	2	725,630	1,451,260	853,683	2,053,108
รวม	12		5,026,959		5,914,069
เฉลี่ยต่อหน่วย			407,591		479,519

ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนรายเดือนของโครงการ

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	
จำนวนรถยนต์มือสองขายคุ้มทุนต่อเดือน (คัน)	6
ยอดขายคุ้มทุนต่อเดือน	2,870,327.35
สมมติฐาน	
รายได้เฉลี่ยต่อกัน	479,519.11
ต้นทุนเฉลี่ยต่อกัน	407,591.24
ประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ต่อเดือน	430,500.00

จากตารางที่ 4.36 จะเห็นได้ว่า จะต้องมีการขายรถยนต์มือสองเป็นจำนวนประมาณ

$\frac{430,500}{479,519.11-407,591.24} = 6$ คันจึงจะสามารถมีรายได้มาสนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งค่าใช้จ่ายคงที่และ
ค่าใช้จ่ายผันแปรในแต่ละเดือน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4.3 การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าเป็นการคาดคะเนความสามารถในการทำกำไร การชำระหนี้คืน ตลอดจนช่วยแสดงถึงหลักประกันในการทำรายได้ ในกรณีเพื่อการกู้ยืมเงินทุนจากเจ้าหนี้ การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าของโครงการการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางจะถูกแสดงดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์	70,968,827.54	78,065,710.29	85,872,281.32	94,459,509.46	103,905,460.40
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	60,323,503.41	66,355,853.75	72,991,439.12	80,290,583.04	88,319,641.34
ต้นทุน - ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงสภาพ	1,480,000.00	1,628,000.00	1,790,800.00	1,969,880.00	2,166,868.00
กำไรขั้นต้น	9,165,324.13	10,081,856.54	11,090,042.20	12,199,046.42	13,418,951.06
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย	100,500.00				
ค่าเบี่ยงประกันภัย	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
ค่าสอบบัญชี	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
ค่าจัดทำบัญชี	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าที่ดิน	720,000.00	720,000.00	720,000.00	720,000.00	720,000.00
ค่าเสื่อมราคาอาคาร-ส่วนตกแต่งต่อเติม	100,600.00	100,600.00	100,600.00	100,600.00	100,600.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	570,000.00	570,000.00	570,000.00	570,000.00	570,000.00
ค่าสาธารณูปโภค	144,000.00	154,080.00	164,865.60	176,406.19	188,754.63
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	3,026,000.00	3,303,100.00	3,606,635.00	3,939,184.75	4,303,583.79
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือนพนักงาน	1,380,000.00	1,461,240.00	1,547,398.80	1,638,782.32	1,735,715.96
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	6,126,100.00	6,394,020.00	6,794,499.40	7,229,973.26	7,703,654.37
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	3,039,224.13	3,687,836.54	4,295,542.80	4,969,073.16	5,715,296.69
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	329,009.57	266,378.02	198,548.08	125,088.29	45,531.37
กำไรก่อนภาษีเงินได้	2,710,214.56	3,421,458.53	4,096,994.72	4,843,984.87	5,669,765.32
หัก ภาษีเงินได้	542,042.91	684,291.71	819,398.94	968,796.97	1,133,953.06
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,168,171.65	2,737,166.82	3,277,595.78	3,875,187.90	4,535,812.26

4.4.4 การจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้า

การจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้าเป็นการแสดงกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกที่สอดคล้องกับรายรับและรายจ่ายในการลงทุน ต้นทุนสินค้า และรายจ่ายอื่นๆ ทำให้แน่ใจว่า การดำเนินงานของโครงการจะไม่ประสบกับภาวะเงินสดขาดมือ งบกระแสเงินสดล่วงหน้าจะเกี่ยวข้องกับเฉพาะรายการที่เป็นเงินสดเท่านั้น ดังนั้นรายการที่ไม่ใช่เงินสด เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า จะไม่ปรากฏในงบ แสดงดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้า 5 ปี

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน						
กำไรขาดทุนสุทธิ		2,168,171.65	2,737,166.82	3,277,595.78	3,875,187.90	4,535,812.26
ค่าเสื่อมราคา		670,600.00	670,600.00	670,600.00	670,600.00	670,600.00
ภาษีเงินได้				819,398.94	968,796.97	1,133,953.06
ภาษีเงินได้ (ค้างจ่าย)		542,042.91	684,291.71	-542,042.91	-684,291.71	-819,398.94
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย		100,500.00				

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือ (เพิ่มขึ้น)ลดลง		-149,450.12	-552,965.45	-608,261.99	-669,088.19	-735,997.01
รวมเงินสด เพิ่มขึ้น(ลดลง) จากการ ดำเนินงาน		3,331,864.44	3,539,093.08	3,617,289.82	4,161,204.98	4,784,969.37
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าใช้จ่ายก่อนการ ดำเนินงานรอดัด จ่าย	-100,500.00					
ค่าใช้จ่ายในการ ขออนุญาต						
อาคารและสิ่งปลูก สร้าง	-2,850,000.00					
อุปกรณ์และสิ่ง	-503,000.00					

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อำนาจความ สะดวก						
ยานพาหนะ	-5,380,204.36					
รวมเงินสด เพิ่มขึ้น(ลดลง) จากการลงทุน	-8,833,704.36					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดการเงิน						
เงินลงทุนจากผู้ เป็นหุ้นส่วน	5,380,204.36					
เงินสดรับเงินกู้	4,453,500.00					
เงินสดจ่ายชำระ เงินกู้		-754,601.49	-817,233.05	-885,062.99	-958,522.78	-1,038,079.69
รวมเงินสด เพิ่มขึ้น(ลดลง) จากการจัดหาเงิน	9,833,704.36	-754,601.49	-817,233.05	-885,062.99	-958,522.78	-1,038,079.69

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง)ระหว่างปี	1,000,000.00	2,577,262.95	2,721,860.03	2,732,226.83	3,202,682.20	3,746,889.67
<u>บวก</u> เงินสดต้นงวด		1,000,000.00	3,577,262.95	6,299,122.98	9,031,349.81	12,234,032.01
เงินสดคงเหลือ ปลายงวด	1,000,000.00	3,577,262.95	6,299,122.98	9,031,349.81	12,234,032.01	15,980,921.68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4.5 การจัดทำงบแสดงสถานะทางการเงินล่วงหน้า

งบแสดงสถานะทางการเงินล่วงหน้าเป็นงบที่แสดงถึงสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งอาศัยข้อมูลจากงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และงบกระแสเงินสดล่วงหน้า แสดงดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงงบแสดงสถานะทางการเงินล่วงหน้า 5 ปี

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์ หมุนเวียน						
เงินสดและรายการ เทียบเท่าเงินสด	1,000,000.00	3,577,262.95	6,299,122.98	9,031,349.81	12,234,032.01	15,980,921.68
สินค้าคงคลัง- รถยนต์	5,380,204.36	5,529,654.48	6,082,619.93	6,690,881.92	7,359,970.11	8,095,967.12
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	6,380,204.36	9,106,917.43	12,381,742.91	15,722,231.73	19,594,002.12	24,076,888.80
สินทรัพย์ไม่						

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หมุนเวียน						
อาคารสิ่งปลูก สร้าง-ส่วนตกแต่ง ต่อเติม	2,850,000.00	2,850,000.00	2,850,000.00	2,850,000.00	2,850,000.00	2,850,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคา สะสม		570,000.00	1,140,000.00	1,710,000.00	2,280,000.00	2,850,000.00
อาคารสิ่งปลูก สร้าง-สุทธิ		2,280,000.00	1,710,000.00	1,140,000.00	570,000.00	0.00
อุปกรณ์และสิ่ง อำนวยความสะดวก	503,000.00	503,000.00	503,000.00	503,000.00	503,000.00	503,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคา สะสม		100,600.00	201,200.00	301,800.00	402,400.00	503,000.00
อุปกรณ์และสิ่ง อำนวยความสะดวก-สุทธิ		402,400.00	301,800.00	201,200.00	100,600.00	0.00

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,353,000.00	2,682,400.00	2,011,800.00	1,341,200.00	670,600.00	0.00
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานรอดัด จ่าย	100,500.00					
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	3,453,500.00	2,682,400.00	2,011,800.00	1,341,200.00	670,600.00	
รวมสินทรัพย์	9,833,704.36	11,789,317.43	14,393,542.91	17,063,431.73	20,264,602.12	24,076,888.80
หนี้สินและส่วน ของผู้ถือหุ้น						
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		542,042.91	1,226,334.62	1,503,690.65	1,788,195.92	2,102,750.04
รวมหนี้สิน หมุนเวียน		542,042.91	1,226,334.62	1,503,690.65	1,788,195.92	2,102,750.04
หนี้สินไม่ หมุนเวียน	4,453,500.00	3,698,898.50	2,881,665.46	1,996,602.47	1,038,079.69	0.00
รวมหนี้สิน	4,453,500.00	4,240,941.42	4,108,000.08	3,500,293.12	2,826,275.61	2,102,750.04

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ทุนเรือนหุ้น						
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,380,204.36	5,380,204.36	5,380,204.36	5,380,204.36	5,380,204.36	5,380,204.36
กำไร(ขาดทุน) สะสม		2,168,171.65	4,905,338.47	8,182,934.25	12,058,122.15	16,593,934.40
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,380,204.36	7,548,376.01	10,285,542.83	13,563,138.61	17,438,326.51	21,974,138.76
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	9,833,704.36	11,789,317.43	14,393,542.91	17,063,431.73	20,264,602.12	24,076,888.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) การประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดอิสระที่รับและจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุของโครงการโดยการลดค่าด้วยอัตราคิดเท่ากับร้อยละ 13.91 (แสดงการคำนวณที่มาในส่วนการคำนวณอัตราคิดลด) โดยแสดงออกในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดอิสระสุทธิ (บาท)	มูลค่าของเงิน 1 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 14.40	มูลค่าปัจจุบันของ กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)
1	2,526,629	0.8741	2,208,617
2	3,148,304	0.7641	2,405,660
3	3,561,532	0.6679	2,378,884
4	4,021,008	0.5839	2,347,741
5	4,531,630	0.5104	2,312,856
กระแสเงินสดอิสระรับจากการดำเนินงาน			11,653,758
เงินลงทุนเริ่มโครงการปีที่ 0			9,230,204
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ			2,423,554

การคำนวณกระแสเงินสดอิสระ

คำว่ากระแสเงินสดอิสระหมายถึงกระแสเงินสดที่อิสระหรือปราศจากพันธะและพร้อมที่จะจ่ายคืนเจ้าของเงินทุนได้ เช่นพร้อมที่จะจ่ายคืนเจ้าหนี้หรือพร้อมที่จะจ่ายคืนให้กับเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นได้ ดังนั้นกระแสเงินสดอิสระของโครงการจึงเกิดจากกำไรที่เป็นตัวเงินและเพื่อการใช้จ่ายลงทุนที่จะเกิดขึ้นและเพื่อสำหรับการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนที่เกิดขึ้นไว้แล้ว กระแสเงินสดนี้จึงสามารถจ่ายคืนผู้ถือหุ้นหรือเจ้าหนี้ได้ ดังนั้นจึงเรียกกระแสเงินสดนี้เป็นกระแสเงินสดอิสระ ในส่วนนี้จะได้คำนวณค่ากระแสเงินสดอิสระ

โดยผู้ศึกษาจะใช้กระแสเงินสดอิสระ มาประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในส่วนถัดไปซึ่งสามารถหาได้จากสมการ

Free Cash Flow

$$= \text{Net Income} - \text{Net Non-cash Charges} + \text{Interest}(1 - \text{Tax Rate}) - \Delta \text{Fixed Capital} - \Delta \text{Working Capital}$$

เมื่อกำหนดให้

Free Cash Flow คือ กระแสเงินสดอิสระสุทธิ

Net Income คือ กำไรสุทธิหลังหักค่าใช้จ่ายทางภาษีและดอกเบี้ย

Non-cash Charges คือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นตัวเงิน เช่น ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น

Interest คือ ดอกเบี้ยจ่าย

Tax Rate คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ในที่นี้คือ 20%

Fixed Capital คือ ส่วนต่างของเงินลงทุนถาวร ณ ปีที่คำนวณและปีก่อนหน้า

Working Capital คือ ส่วนต่างของเงินลงทุนหมุนเวียน ณ ปีที่คำนวณและปีก่อนหน้า

การคำนวณอัตราคิดลด

อัตราคิดลด (Discount Rate) ที่นำมาใช้ในการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ สามารถหาได้จากต้นทุนทางการเงินจากการประเมินต้นทุนโครงการเพื่อนำมาหาค่า ต้นทุนทางการเงินแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC: Weight Average Cost of Capital) จากสมการ

$$WACC = \frac{E}{V} \times R_e + \frac{D}{V} \times R_d (1 - T_c)$$

เมื่อกำหนดให้

WACC คือ ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

E/V คือ สัดส่วนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น

R_e คือ ต้นทุนทางการเงินของผู้ถือหุ้น

D/V คือ สัดส่วนเงินลงทุนของหนี้สิน

R_d คือ ต้นทุนทางการเงินของหนี้สิน

T_c คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ในที่นี้คือ 20%

ซึ่งได้ค่าดังตารางที่ 4.41 ด้านล่างนี้

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC)

รายการ	สัดส่วน
ต้นทุนทางการเงินของส่วนของผู้ถือหุ้น	14.01%
ต้นทุนทางการเงินของหนี้สิน	8.00%
สัดส่วนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น	58.29%
สัดส่วนเงินลงทุนของหนี้สิน	41.71%
อัตราภาษีเงินได้	20.00%
ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	13.91%

หมายเหตุ: ในกรณีนี้ ผู้ศึกษาสามารถหาค่า ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น โดยใช้ทฤษฎี Capital Asset Pricing Model หรือ CAPM (Eugene F. Fama, Kenneth R. French, 2004) ซึ่งแนวคิดหลักๆกล่าวว่า ระดับผลตอบแทนที่ควรจะได้รับจากการลงทุนในโครงการใดโครงการหนึ่ง ควรขึ้นอยู่กับความเสี่ยงจากการลงทุน โดยหลักการลงทุนของทฤษฎีนี้จะพิจารณาว่า นักลงทุนจะได้รับการชดเชยเฉพาะความเสี่ยงที่เป็นระบบ (Systematic Risk) หรือความเสี่ยงทางการตลาด (Market Risk) เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่นักลงทุนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ดังนั้น การลงทุนที่มีความเสี่ยงใดๆควรได้รับผลตอบแทนอย่างน้อยเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง (Risk-Free Rate) บวกด้วยส่วนชดเชยความเสี่ยง ซึ่งเป็นสัดส่วนกับอัตราชดเชยความเสี่ยงของตลาด (Market Risk Premium) โดยสัดส่วนดังกล่าวแสดงด้วยค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β) สามารถแสดงได้ด้วยสมการดังนี้

$$E(R_i) = R_f + [E(R_m) - R_f]\beta_i$$

โดยที่

$E(R_i)$ = อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของหลักทรัพย์ i ในช่วงเวลา t

R_f = อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง (ค่า = β)

$E(R_m)$ = อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการจากกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด

β_i = ค่าเบต้าหรือสัมประสิทธิ์แสดงความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ i

ผลตอบแทนหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง (Risk-Free Rate) ใช้อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลอายุ 1 ปี เป็นอัตราผลตอบแทน มีค่าเท่ากับ 2.545% ต่อปี (สมาคมตราสารหนี้ไทย, 2556)

ผู้ศึกษาได้ทำการหาค่า β_i จากการนำผลของการเปลี่ยนแปลงราคาปีครายเดือนของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักทรัพย์ KCAR ในช่วงที่ทำการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2554 - 2556 โดยหาค่า β_i จากการมีค่าเท่ากับ 0.7835 ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ว่า อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเปลี่ยนแปลงน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของตลาดซึ่งเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556)

นอกจากนี้ผู้ศึกษายังคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการจากกลุ่มหลักทรัพย์ตลาดจากการนำค่า อัตราผลตอบแทนของตลาดในช่วงปีที่ทำการศึกษา พ.ศ. 2554-2556 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 10.93%

เมื่อนำตัวแปรต่างๆมาแทนค่าในสมการ จะสามารถหาค่า อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของหลักทรัพย์ได้ เท่ากับ $2.545 + (10.93 - 2.545)(0.7835) = 9.0122\%$

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงความเสี่ยงที่ผู้ศึกษาต้องการจะลงทุน มีสมมติฐานว่า โครงการเป็นธุรกิจขนาดเล็กซึ่งมีความเสี่ยงสูงกว่า จึงได้ทำการเพิ่มผลตอบแทนชดเชยความเสี่ยง (Risk Premium) เพิ่มเข้าไปในผลตอบแทนที่คาดหวังอีก 5% ทำให้ได้อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังมีค่าเท่ากับ

9.0122% + 5% หรือเท่ากับ 14.0122% เพื่อนำไปใช้ในการคำนวณในต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักข้างต้น

4.4.5.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period:PB)

ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดอิสระสุทธิ (บาท)	กระแสเงินสดสะสม (บาท)
1	2,526,629	2,526,629
2	3,148,304	5,674,933
3	3,561,532	9,236,465
4	4,021,008	13,257,474
5	4,531,630	17,789,104

เงินลงทุนในโครงการเริ่มแรก 9,230,204 บาท ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนจะสามารถคำนวณได้ดังนี้
ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

	รายปี	สะสม
กระแสเงินสดรับสุทธิปีที่ 1	2,526,629	6,703,575
กระแสเงินสดรับสุทธิปีที่ 2	3,148,304	3,555,271
กระแสเงินสดรับสุทธิปีที่ 3	3,561,532	6,261
กระแสเงินสดรับสุทธิปีที่ 4	4,021,008	4,027,269
กระแสเงินสดรับสุทธิปีที่ 5	4,531,630	8,558,899

จากตารางที่ 4.42 จะเห็นได้ว่า กระแสเงินสดอิสระสะสมของโครงการมีค่าเป็นบวกเมื่อระยะเวลาผ่านไป 2 ปี และคำนวณวันจาก $\frac{9,230,204 - 5,674,933 \times 365}{3,561,532}$ 364 วัน

ดังนั้น การลงทุนในโครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะ มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 364 วัน หรือประมาณ 3 ปี

4.4.5.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return :IRR)

ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดอิสระสุทธิ	PVIF อัตราคิดลดที่ 23.86%	NPV
0	-9,230,204	1.0000	-9,230,204
1	2,526,629	0.8074	2,039,968
2	3,148,304	0.6519	2,052,298
3	3,561,532	0.5263	1,874,488
4	4,021,008	0.4249	1,708,687
5	4,531,630	0.3431	1,554,762
รวม			0

ดังนั้นจากตารางที่ 4.44 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีค่าเท่ากับ 23.86 %

4.4.5.3 ดัชนีกำไร (Profitability Index)

ดัชนีกำไร เป็นการวิเคราะห์ค่าโดยการหาสัดส่วนระหว่างค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับและเงินลงทุนเบื้องต้น ซึ่งกระแสเงินสดรับทั้ง 5 ปีหาได้จาก การหาอัตราผลตอบแทนภายใน และเงินลงทุนเบื้องต้นจากการหาค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ค่าดัชนีกำไรมีค่าเท่ากับ

$$\frac{PV \text{ of Future Cash Flows}}{\text{Initial Investment}} = 11,653,758/9,230,204 = 1.26$$

จากการวิเคราะห์โครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)** มีค่าเป็นบวก โดยได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,423,554 บาท โดยกำหนดให้อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ผู้ลงทุนต้องการคือร้อยละ 13.91 เป็นอัตราคิดลด แสดงให้เห็นว่า โครงการมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราคิดลด ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป ผลการวิเคราะห์การลงทุน คือ ขอมรับในการลงทุนในโครงการ
2. **ระยะเวลาคืนทุน (PB)** พิจารณาจากกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลาเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ ซึ่งระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายเมื่อเริ่มโครงการเท่ากับ 2 ปี 364 วัน ผลการวิเคราะห์การลงทุน คือ ขอมรับในการลงทุนในโครงการ
3. **อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)** อัตราผลตอบแทนที่ทำให้กระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายพอดี คือ 23.86 % ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ผู้ลงทุนต้องการ คือร้อยละ 13.91 ดังนั้น ผลการวิเคราะห์การลงทุน คือ ขอมรับในการลงทุนในโครงการ
4. **ดัชนีกำไร (PI)** อัตราดัชนีกำไรมีค่าเท่ากับ 1.26 มากกว่า 1 ซึ่งเป็นค่าดัชนีกำไรต่ำสุดที่ขอมรับได้ในการลงทุน ผลการวิเคราะห์การลงทุน คือ ขอมรับในการลงทุนโครงการ

ตารางที่ 4.45 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุน

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	การยอมรับ
NPV	NPV > 0	2,423,554	ขอมรับโครงการ
PB	PB < 5	3	ขอมรับโครงการ
IRR	IRR > 11.45%	23.86	ขอมรับโครงการ
PI	PI > 1	1.26	ขอมรับโครงการ

4.4.5.4 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

สำหรับโครงการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะวิเคราะห์ความไวด้วยตัวแบบจำลองสถานการณ์ (Simulation Model) โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต้นทุนรถยนต์มือสองต่อหน่วยและอัตราการขยายตัวของยอดขาย (ในขณะที่ตัวแปรอื่นๆกำหนดให้เป็นค่าคงที่) ว่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) อย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในของกรณีฐาน โดยกำหนดให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในที่ปรากฏในตารางที่ 4.43 เป็นกรณีฐาน

ในการศึกษาจะสมมติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่ละตัวแปรในอัตราเพิ่มขึ้นและลดลงครั้งละ 5 และ 10 เปอร์เซ็นต์ แล้วนำมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการที่คำนวณได้มาแสดงผลในตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในเมื่อต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสองมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสอง	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	อัตราผลตอบแทนภายใน	ดัชนีกำไร	ระยะเวลาคืนทุน
10%	-12,889,483	N/A	-0.40	มากกว่า 5 ปี
5%	-5,232,964	-17.32%	0.43	มากกว่า 5 ปี
0% (กรณีฐาน)	2,423,554	23.86%	1.26	3 ปี
-5%	10,080,073	46.64%	2.09	2 ปี 193 วัน
-10%	17,736,591	64.05%	2.92	1 ปี 289 วัน

ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในเมื่ออัตราการขยายตัวของยอดขายรถยนต์มือสองมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราการขยายตัวของยอดขายรถยนต์มือสอง	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	อัตราผลตอบแทนภายใน	ดัชนีกำไร	ระยะเวลาคืนทุน
10%	6,535,017	35.92%	1.71	2 ปี 230 วัน
5%	4,386,740	30.08%	1.48	2 ปี 288 วัน
0% (กรณีฐาน)	2,423,554	23.86%	1.26	3 ปี
-5%	624,967	17.09%	1.07	3 ปี 98 วัน
-10%	-1,017,107	9.52%	0.89	3 ปี 266 วัน

จากตารางที่ 4.46 และตารางที่ 4.47 พบว่าเมื่อกำหนดให้ต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสองและอัตราการขยายตัวของยอดขายมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เท่ากัน การเปลี่ยนแปลง ต้นทุนต่อหน่วยของราคารถยนต์มือสอง ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงมากกว่า ดังนั้น ในการดำเนินโครงการ จึงควรที่จะให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของ ต้นทุนต่อหน่วยของราคารถยนต์มือสอง ซึ่งจะต้องมีการคาดการณ์ให้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้ผลการดำเนินการเป็นไปตามที่ได้คาดการณ์ไว้

จากการศึกษายังพบอีกว่า เมื่อสถานการณ์ของ ต้นทุนต่อหน่วยของราคารถยนต์มือสอง มีการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับติดลบ ซึ่งจะทำให้ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

4.4.5.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

การวิเคราะห์สถานการณ์ (Brigham, 2009) จะเริ่มโดยการวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและกำหนดความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์นั้นๆ ผู้ศึกษาได้กำหนดสถานการณ์ออกเป็น 3 สถานการณ์ดังนี้

1. สถานการณ์หลัก (Base-case Scenario) หรือสถานการณ์ที่มีโอกาสที่จะเป็นไปได้มากที่สุด โดยกำหนดให้ความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นอยู่ที่ 50%
2. สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best-case Scenario) โดยกำหนดให้ความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นอยู่ที่ 25%
3. สถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (Worst-case Scenario) โดยกำหนดให้ความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นอยู่ที่ 25%

ปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้เปลี่ยนแปลงค่าให้เบี่ยงเบนไปจากสถานการณ์หลัก โดยจะกำหนดตัวแปรนำเข้าให้มีการเพิ่มขึ้นและลดลงเป็นจำนวน 10% มีดังต่อไปนี้

1. ราคาขายต่อหน่วย
2. จำนวนหน่วยขายในปีแรก
3. ราคาต้นทุนต่อหน่วย
4. อัตราการขยายตัวของยอดขาย

และได้คำนวณหา มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดังแสดงในตารางที่ 4.48

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ต่างๆ

สถานการณ์	ความน่าจะเป็น	ราคาขายต่อหน่วยเพิ่มขึ้น	จำนวนหน่วยขายในปีแรก	ราคาค่าต้นทุนต่อหน่วย	อัตราการขยายตัวของยอดขาย	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (พันบาท)	ค่าเบี่ยงเบนยกกำลังสองของความน่าจะเป็น ($\times 10^{12}$)
Best Case	25%	10%	10%	-10%	20%	54,225	546.72
Base Case	50%	0%	0%	0%	10%	2,423	87.74
Worst Case	25%	-10%	-10%	10%	0%	-26,242	561.69

ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงจะแสดงความน่าจะเป็นของแต่ละสถานการณ์และค่าปัจจุบันสุทธิในรูปแบบกระจายความน่าจะเป็น โดยค่าคาดหวังของค่าปัจจุบันสุทธิ (Expected NPV) สามารถคำนวณได้จากสมการด้านล่าง ดังนี้

$$E(NPV) = \sum_{i=1}^n P_i(NPV_i)$$

โดย ค่าคาดหวังของมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 21,157,981 บาท

และสามารถหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าปัจจุบันสุทธิได้จากสมการ

$$\sigma_{NPV} = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i(NPV_i - E(NPV))^2}$$

ซึ่งมีค่าเท่ากับ 34,585,582

และสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (Coefficient of Variation: CV) ของโครงการได้จากสมการ

$$CV = \frac{\sigma_{NPV}}{E(NPV)}$$

ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.63

ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนที่คำนวณได้นี้ สามารถแปลความหมายได้ว่า ผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ 1 หน่วย จะก่อให้เกิดความเสี่ยงของโครงการเพิ่มขึ้น 1.63 ซึ่งสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนนี้ไปใช้เปรียบเทียบกับสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนของการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ได้ หากสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนของการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองมีค่าสูงกว่า หมายถึงมีความเสี่ยงมากกว่า ในทางตรงกันข้าม หากสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนของการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองมีค่าต่ำกว่า หมายความว่า การลงทุนมีความเสี่ยงน้อยกว่า

4.4.5.6 มูลค่าหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน (Terminal Value)

การหามูลค่าหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุนเป็นการหามูลค่าของสินทรัพย์ในโครงการหรือมูลค่าขององค์กร (Firm Value) ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต ซึ่งผู้ศึกษาต้องการที่จะหามูลค่าเพื่อทำการประเมินความเสี่ยงในกรณีที่ต้องการดำเนินกิจการต่อหลังจากระยะเวลา 5 ปี ซึ่งมีสมมติฐานว่า จะลงทุนไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

มีสูตรคำนวณดังนี้

$$Firm Value = \sum_{t=1}^{t=\infty} \frac{FCF_t}{(1+WACC)^t}$$

อย่างไรก็ตาม การคำนวณหามูลค่าหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุนสามารถแบ่งการคำนวณออกได้เป็น 2 ส่วน ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิในช่วงของการประมาณการใน 5 ปีแรก
2. การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน ซึ่งเป็นการลงทุนไปเรื่อยๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

เมื่อนำทั้งสองส่วนมารวมกันจะได้มูลค่าขององค์กร (Firm Value) ดังแสดงในสมการดังต่อไปนี้

$$Firm Value = \sum_{t=1}^{t=N} \frac{FCF_t}{(1+WACC)^t} + \frac{Terminal Value}{(1+WACC)^N}$$

โดยการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิในส่วนหลังสามารถเขียนเป็นสมการแยกได้ดังนี้

$$Terminal Value = \frac{FCF_6}{(1+WACC)^6} + \frac{FCF_7}{(1+WACC)^7} + \frac{FCF_8}{(1+WACC)^8} + \infty$$

สามารถย่อสูตรการคำนวณได้เป็นสมการ

$$Terminal Value = \frac{FCF_6}{(WACC - Growth Rate)}$$

ซึ่งจะได้แทนค่า $FCF_6 = FCF_5 \times (1 + Growth Rate)$ จะได้สมการการคำนวณดังนี้

$$Terminal Value = \frac{FCF_5 \times (1 + Growth Rate)}{WACC - Growth Rate}$$

โดยกำหนดให้ Growth Rate มีค่าเท่ากับอัตราการเติบโตเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศไทย (Gross Domestic Product) ของประเทศในช่วงระยะเวลา 5 ปี ก่อนปีที่ทำการศึกษายปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.00% (World Bank, 2558)

คำนวณแสดงในตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงการคำนวณมูลค่าขายหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน

	ตัวแปร	ค่า
1	กระแสเงินสดอิสระ ปีที่ 5 (FCF_5)	4,531,630
2	อัตราการเติบโต (Growth Rate)	3.00%
3	ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ย (WACC)	13.91%
	มูลค่าขายหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน	42,791,058.70

จากตารางที่ 4.48 สามารถคำนวณมูลค่าขายหลักทรัพย์ ณ สิ้นสุดระยะเวลาการลงทุน (Terminal Value) ของโครงการได้เท่ากับ 42,791,058.70 บาท ซึ่งสามารถนำมาหาค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้ดังนี้

ปีที่	กระแสเงินสดอิสระสุทธิ (บาท)	มูลค่าของเงิน 1 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 13.91	มูลค่าปัจจุบันของกระแส เงินรับสุทธิ(บาท)
1	2,526,629	0.8741	2,208,617
2	3,148,304	0.7641	2,405,660
3	3,561,532	0.6679	2,378,884
4	4,021,008	0.5839	2,347,741
5	4,531,630	0.5104	2,312,856
6 - ∞	42,791,058.70	0.4578	19,589,862.58
กระแสเงินสดอิสระรับจากการดำเนินงาน			31,925,621.03
เงินลงทุนเริ่มโครงการปีที่ 0			9,230,204
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ			22,695,416.67

จากการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 22.695,416.67 สามารถสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้บริโภครถที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 200 คน โดยเป็นการสุ่มโดยสะดวก และมีกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการรถยนต์มือสองจำนวน 4 ราย โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 ด้านการตลาด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานองค์กรหรือลูกจ้างเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความต้องการที่จะซื้อรถยนต์มือสองประเภทรถเก๋งมากที่สุด และใช้ในการเดินทาง 2 - 4 คน โดยเป็นการซื้อรถยนต์เพิ่มเติมจากรถคันเดิมที่มีอยู่แล้ว

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด 7 P's Marketing ในระดับสำคัญมาก ในทุกปัจจัย แต่ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยแปลผลมีค่าเท่ากับ 4.35 ถัดมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยแปลผลมีค่าเท่ากับ 4.31 และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยแปลผลเท่ากับ 4.19

ผลการศึกษาจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำไปใช้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ผ่านมา

5.1.2 ด้านเทคนิค

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการสรรหารถยนต์มือสอง ทั้งในแง่ของกระบวนการคัดเลือกรถยนต์มือสอง แหล่งที่มาของรถยนต์มือสอง และกระบวนการในการปรับสภาพรถยนต์มือสอง ให้ได้รถยนต์มือสองที่มีคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดสองอันดับแรก คือ ปัจจัยในด้านราคา และผลิตภัณฑ์

5.1.3 การจัดการ

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการเน้นหนักไปทางการการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่เกณฑ์การสรรหาบุคลากร การให้สวัสดิการ การฝึกอบรม และค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้มีขวัญและกำลังใจในการทำงานเพื่อส่งมอบบริการที่ดีให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญมากเป็นอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านบุคลากร

5.1.4 ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งตลอดทั้งโครงการที่ได้ทำการศึกษาภายในระยะเวลา 5 ปี จะมีงบลงทุนประมาณ 9,833,704 บาท ซึ่งมีแหล่งที่มาของเงินทุนดังนี้

1. ส่วนของผู้ถือหุ้นร่วม จำนวน 5,380,204 บาท
2. ส่วนเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน จำนวน 3,850,000 บาท

เงินลงทุนส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ได้แก่ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง และสินค้าคงคลัง การประมาณการผลการดำเนินงานของโครงการในช่วงระยะเวลา 5 ปี โครงการจะมีรายได้อยู่ที่ประมาณปีละ 86,000,000 บาท และมีกำไรเฉลี่ยปีละ 3,800,000 บาท

โครงการการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ภายในระยะเวลา 5 ปี ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 9,833,704 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 364 มูลค่าปัจจุบันสุทธิซึ่งคิดลดโดยใช้ต้นทุนเงินทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 13.91% คำนวณได้เท่ากับ 2,423,554 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าเท่ากับ 23.86% ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผลรับที่ออกมาสอดคล้องกัน มีระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ที่ไปในทิศทางเดียวกัน คู่ค้าและเหมาะสมที่จะลงทุนในโครงการ

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการจะเห็นว่าตัวแปรนำเข้า คือ ต้นทุนต่อหน่วยของรถยนต์มือสองมีความอ่อนไหวต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมากกว่า อีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ศึกษาได้เลือกมา คือ อัตราการขยายตัวของยอดขาย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ต้นทุนต่อหน่วยของรถยนต์มือสอง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการทำธุรกิจมากกว่าอัตราการขยายตัวของยอดขาย ผู้ประกอบการต้องคอยควบคุมและดูแลปัจจัยดังกล่าวให้เบี่ยงเบนไปจากสถานการณ์ปกติให้น้อยที่สุด เพื่อป้องกันการขาดทุนในการทำธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของการลงทุนซึ่งแบ่งสถานการณ์ในการวิเคราะห์ออกเป็น 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์หลัก (Base Case Scenario) สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case Scenario) และสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (Worst Case Scenario) สามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (Coefficient of Variance) มีค่าเท่ากับ 1.63 ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้นี้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนของโครงการโดยทั่วไปซึ่งในที่นี้ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนของโครงการโดยทั่วไปได้เท่ากับ 1.0 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโครงการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสอง เป็นโครงการที่มีความเสี่ยงสูงเมื่อเทียบกับการลงทุนทั่วไป

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางพบว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการ ที่เป็นเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิด การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ของ ฐาปนา อินไพศาล และการศึกษาของ กฤติกา กิ่งเกิด (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนของ โครงการจัดตั้งธุรกิจขายรถยนต์มือสอง โดยเน้นเป็นรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ ในบริเวณสนามหลวง 2 ถนนวิวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ยอมรับในการลงทุนของ โครงการเช่นเดียวกัน โดยมี การลงทุนเริ่มต้น 5 ล้านบาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิของ โครงการเท่ากับ 553,145 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 11.04% และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 1 เดือน

ส่วนผลการศึกษาทางด้านการตลาดพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยแปลผลในระดับสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร ที่มีผลการศึกษาว่าปัจจัยส่วนผสมที่ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมือสอง มีค่าเฉลี่ยมาก ในทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.26
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.15
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.05
4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.85

การศึกษาการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัยตามหลักการของ 7's P Marketing ซึ่งทำให้ผลการศึกษา

ของ 2 การศึกษานี้ไม่สามารถเทียบกันได้ในส่วน อย่างไรก็ตาม การเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยยังคงเรียงลำดับเหมือนกันจากปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

นอกจากนี้ ยังมีผลการศึกษาของ ศศกร อุตสาหกรรมกุล (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ว่า ปัจจัยส่วนผสมที่ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลมือสองของผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีค่าเฉลี่ยมากปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ในทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.29
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.84
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.80
4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.38

การศึกษาการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัยตามหลักการของ 7's P Marketing ซึ่งทำให้ผลการศึกษาของ 2 การศึกษานี้ไม่สามารถเทียบกันได้ในส่วน อย่างไรก็ตาม การเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยยังคงเรียงลำดับเหมือนกันจากปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. การศึกษาสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม พบว่าภาพรวมธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางมีความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากการแข่งขันภายในธุรกิจ และอำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ อยู่ในระดับต่ำ แม้ว่า การเข้ามาของผู้เล่นหน้าใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย
2. ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยภาพรวม ธุรกิจรถยนต์มือสอง ยังคงมีความน่าสนใจ เนื่องด้วยปัจจัยหลักทางจุดแข็งเรื่องอัตราส่วนกำไรขั้นต้นค่อนข้างสูง
3. ผลการตอบแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะซื้อรถยนต์มือสองในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาท

4. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง มากที่สุด และด้านการซื้อรถยนต์มือสองเพราะความมีหน้ามีตาในสังคม น้อยที่สุดในการพิจารณาซื้อรถยนต์มือสอง
5. ผลตอบแบบสอบถามพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในทุกด้าน โดยปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด
6. จากผลการศึกษาด้านเทคนิคพบว่าสิ่งสำคัญในการที่จะรักษาราคาให้สามารถทำกำไรได้ในระดับที่ดี มาจากการเลือกซื้อรถยนต์มือสองที่มีคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสมเพื่อนำมาปรับสภาพในต้นทุนที่ไม่สูงจนเกินไป
7. จากผลการศึกษาด้านการจัดการพบว่าการคัดเลือกบุคลากรมาทำหน้าที่พนักงานขาย มีความสำคัญมาก เนื่องจากพนักงานขายมีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่การซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาเพื่อปรับสภาพ การนำเสนอขายลูกค้า ไปจนถึงการทำสัญญาจอง สัญญา กับสถาบันการเงินและการส่งมอบรถยนต์มือสองกับลูกค้า ซึ่งใช้ระยะเวลายาวนาน หากพนักงานขายไม่มีคุณสมบัติตามที่ได้ระบุไว้ในผลการศึกษา อาจส่งผลให้เกิดผลกระทบอย่างมากในด้านความพึงพอใจของลูกค้า
8. จากผลการศึกษาด้านการเงินพบว่า การลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองใช้เงินลงทุนส่วนใหญ่ไปกับสินค้าคงคลังมากกว่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร โดยอัตราส่วนระหว่างการลงทุนในสินค้าคงคลังต่อสินทรัพย์ถาวรเริ่มต้นมีค่าเท่ากับ 65:35
9. ผลการศึกษาด้านการเงินพบว่า จากสมมติฐานระยะเวลาโครงการ 5 ปี การลงทุนมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นค่าบวก มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มากกว่าต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) มีระยะเวลาคืนทุนโครงการ (Payback Period) น้อยกว่าสมมติฐานระยะเวลาโครงการ และมีดัชนีกำไรมากกว่า 1 (PI) โครงการนี้จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน
10. จากผลการศึกษาการวิเคราะห์ความไวพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผลตอบแทนโดยรวมของโครงการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงต้นทุนต่อหน่วย โดยพบว่า เมื่อกำหนดให้ต้นทุนต่อหน่วยรถยนต์มือสองและอัตราการขายตัวของยอดขายมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงที่เท่ากัน การเปลี่ยนแปลงต้นทุนต่อหน่วยของราคารถยนต์มือสอง เป็นสาเหตุให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงไป

มากกว่า การเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของยอดขาย ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการศึกษาทางด้านเทคนิค

11. จากผลการศึกษารวบรวมวิเคราะห์สถานการณ์พบว่า การลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองมีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (Coefficient of Variance) เท่ากับ 1.63
12. จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการรถยนต์มือสองพบว่า ถึงแม้ค่าเฉลี่ยกำไรขั้นต้นของการขายรถยนต์มือสองจะอยู่ที่ประมาณ 15% แต่ความเบี่ยงเบนของกำไรขั้นต้นค่อนข้างมาก กล่าวคือ รถยนต์มือสองบางคันสามารถทำกำไรได้ในหลักแสนบาท แต่ในทางกลับกันบางคันก็สามารถขาดทุนได้ในหลักแสนบาทเช่นเดียวกัน
13. ธุรกิจรถยนต์มือสองเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างจะได้ประโยชน์ทางด้านภาษีจากการที่ไม่มีภาระภาษีมูลค่าเพิ่มตอนที่ซื้อรถยนต์ (VAT 7%) เนื่องจากบางครั้งเป็นการซื้อรถยนต์มือสองกับบุคคลธรรมดา

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปใช้ในการทำการศึกษาเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาพบว่า การลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ทั้งจากผลการศึกษาในด้านการตลาด เทคนิค การจัดการและการเงิน
2. ราคาของรถยนต์มือสองที่จะนำมาใช้เป็นตัวแทนของข้อมูลในการหาราคากลางนั้น หากค่อนข้างยาก เนื่องจาก รถยนต์มีหลายรุ่นหลายปี หากต้องการข้อมูลที่แม่นยำแล้ว ต้องใช้ฐานข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ซึ่งจะต้องซื้อจากหน่วยงานเอกชนหรือเว็บไซต์ที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายรถยนต์มือสอง เช่น www.one2car.com www.toyotasure.com เป็นต้น
3. ผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางควรทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม เนื่องจากสมมติฐานในการวิเคราะห์ด้านต่างๆ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลง เช่น เวลา อัตราคิดลด อัตราดอกเบี้ย และการเปลี่ยนแปลงระดับมหภาค เช่น นโยบายการส่งเสริมรถยนต์คันแรกของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจรถยนต์มือสองค่อนข้างมาก
4. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ควรจะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานขายรถยนต์ใหม่ตามโซ่วรรณและบรรดาผู้ประกอบการรถยนต์มือสองด้วยกัน เนื่องจากบุคคลดังกล่าวจะสามารถเป็น

แหล่งที่มาของรถยนต์มือสองที่ทำให้ผู้ลงทุนสามารถซื้อเข้ามาเพื่อปรับสภาพและนำมาขายต่อได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก. 2556. [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.dlt.go.th/> (25 มกราคม 2556)
- กรุงเทพธุรกิจ. 2556. [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/> (25 มกราคม 2556)
- กฤติกา กิ่งเกิด. 2555. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งธุรกิจขายรถยนต์มือสอง.
โครงการงาน (บช.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 9. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ฐาปนา นีนไพบาส และอัจฉรา ชิวะตระกูลกิจ. 2551. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- ปรีกัทร เทียงใจ. 2552. รายงานการวิเคราะห์ธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. 2540. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม
- พฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องการขนส่ง. 2555. [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://pongsakorne.blogspot.com/2012/04/blog-post.html> (25 มกราคม 2556)
- ศักดิ์ดาว รอดพิทักษ์. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์นั่งมือสองจากผู้ประกอบการบนถนนกาญจนาภิเษก กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิภาวดี ผกามาศ. 2553. การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์. การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.nso.go.th/> (25 มกราคม 2556)
- สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2550. [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.maruay.com/> (25 มกราคม 2556)
- อดุลย์ จาตุรงค์กุลและคลุษา จาตุรงค์กุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: Conrad Carlberg, Conrad George, **Business Analysis: Microsoft Excel 2010**, Que Publishing
- Eugene F Brigham, Joel F Houston. **Fundamental of Financial Management 12th Edition**. Cengage Learning. 2009

Eugene F. Fama, Kenneth R. French. **The Capital Asset Pricing Model: Theory and Evidence.**

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา [http://www-](http://www-personal.umich.edu/~kathrynd/JEP.FamaandFrench.pdf/7)

[personal.umich.edu/~kathrynd/JEP.FamaandFrench.pdf/7](http://www-personal.umich.edu/~kathrynd/JEP.FamaandFrench.pdf/7) มิถุนายน 2558)

Lahle Wolfe. **A Comprehensive Feasibility Study Supports Business & Marketing Plans** [ระบบ

ออนไลน์], แหล่งที่มา

<http://womeninbusiness.about.com/od/businessplans/a/feasibilitystud.htm> (25 มกราคม

2556)

Rajiv Lal, David Kiron.2005, **Case: KarMax.** Harvard Business School

World Bank. **Gross Domestic Product.** [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา

https://www.google.co.th/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=ny_gdp_mktp_cd&idim=country:THA:MYS:VNM&hl=en&dl=en (25 มกราคม 2556)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าวิจัยอิสระในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกซื้อ
รถยนต์มือสองของผู้บริโภคจากธุรกิจแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เพศ

- ชาย หญิง อื่นๆ โปรดระบุ _____

อายุ

- น้อยกว่า 20 ปี 30 - 39 ปี 50 - 59 ปี
 20 - 29 ปี 40 - 49 ปี มากกว่า 60 ปี

อาชีพ

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานองค์กร/ลูกจ้างเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจการอุตสาหกรรม
 ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจบริการ ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจค้าส่ง
 ธุรกิจส่วนตัว : ธุรกิจค้าปลีก อื่นๆ โปรดระบุ _____

สถานภาพ

 โสด สมรส หย่าร้าง/แยกทาง

ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาตรี ปริญญาเอก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 ไม่เกิน 15,000 บาท 60,001 - 75,000 บาท 15,000 - 30,000 บาท 75,001 - 90,000 บาท 30,001 - 45,000 บาท 105,001 - 120,000 บาท 45,001 - 60,000 บาท มากกว่า 120,000 บาท

ประเภทของรถยนต์มือสองที่สนใจจะซื้อ

 รถเก๋ง รถยนต์เอนกประสงค์ รถกระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ อื่นๆ โปรดระบุ _____

จำนวนผู้โดยสารที่คิดว่าจะโดยสารรถยนต์ใช้แล้วร่วมกับท่าน

 ใช้รถคนเดียว 2-4 คน มากกว่า 4 คน

ลักษณะการใช้รถยนต์ใช้แล้ว

 ซื้อรถยนต์คันแรก ซื้อรถยนต์เพิ่มเติม ซื้อเพื่อทดแทนคันเดิม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อการซื้อขายรถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
รายได้และค่าใช้จ่ายของครอบครัว					
ค่าภาษีรถยนต์					
ค่าใช้จ่ายในการทำ พรบ.					
ค่าประกันภัยรถยนต์					
เสถียรภาพทางการเมือง					
นโยบายส่งเสริมตลาดรถยนต์ของรัฐบาล เช่น นโยบายรถคันแรก ค่าน้ำภาษี 100,000 บาท					

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการซื้อขายรถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
ภาวะเศรษฐกิจ					
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง					

	มีผลอย่าง มาก	มีผล ค่อนข้างมาก	มีผลปาน กลาง	มีผลค่อนข้าง น้อย	มีผล น้อย
อัตราดอกเบี้ย					
อัตราเงินเฟ้อ					

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบต่อการซื้อขายนมมือสอง

	มีผลอย่าง มาก	มีผล ค่อนข้างมาก	มีผลปาน กลาง	มีผลค่อนข้าง น้อย	มีผล น้อย
ความต้องการการใช้รถของ สมาชิกในครอบครัว					
ความมีหน้ามีตาในสังคม					

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการซื้อขายนมมือสอง

	มีผลอย่าง มาก	มีผล ค่อนข้างมาก	มีผลปาน กลาง	มีผลค่อนข้าง น้อย	มีผล น้อย
เทคโนโลยีประหยัด พลังงาน					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
ตราชื่อสินค้า					
ระยะเวลาที่ใช้มา					
ปีที่จดทะเบียน					
สภาพของรถยนต์					
รูปลักษณ์ภายนอก					
ความยากง่ายในการทำอะไรทดแทน					
มีบริการหลังการขาย					

ปัจจัยด้านราคาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
ราคาเหมาะสม					
ส่วนลดเงินสดที่ได้					

	มีผลอย่าง มาก	มีผล ค่อนข้างมาก	มีผลปาน กลาง	มีผลค่อนข้าง น้อย	มีผล น้อย
อัตราดอกเบี้ยเงินผ่อน					
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ					
ปริมาณเงินค่างวด					

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่าง มาก	มีผล ค่อนข้างมาก	มีผลปาน กลาง	มีผลค่อนข้าง น้อย	มีผล น้อย
ความน่าเชื่อถือ/มีชื่อเสียง ของผู้ประกอบการ					
ทำเลที่ตั้งของสถานที่จัด จำหน่าย					
จำนวนสาขาของสถาน ประกอบการ					
มีเว็บไซต์ของสถาน ประกอบการ					

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
มีบริการทดลองขับ/ให้คำแนะนำรถยนต์ใช้แล้ว					
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร ใบปลิว					
มี campaign หรือข้อเสนอพิเศษให้ลูกค้าพิจารณาเพิ่มเติม					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ปัจจัยด้านบุคคลากรที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
ความรู้จักกับผู้ประกอบการ					
การให้บริการของพนักงานขาย					
การให้บริการหลังการขาย					
ทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงานขาย					
บุคลิกภาพของพนักงานขาย					
ความซื่อสัตย์ของพนักงานขาย					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านสิ่งปรากฏต่อสายตาลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
มีบริการห้องพักรับรองลูกค้า					
การจัดแสดงรถยนต์บริเวณที่ทำการซื้อขาย					
การตกแต่งเต็นท์/โชว์รูมเพื่อความสวยงาม					
ความหลากหลายของรุ่นและจำนวนรถ					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ปัจจัยด้านกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อการใช้รถยนต์มือสอง

	มีผลอย่างมาก	มีผลค่อนข้างมาก	มีผลปานกลาง	มีผลค่อนข้างน้อย	มีผลน้อย
กระบวนการการอธิบายเงื่อนไขในการชำระเงิน					
กระบวนการในการรับซื้อรถยนต์ใช้แล้ว					
กระบวนการส่งมอบรถอย่างประทับใจ					
กระบวนการในการเช็คสภาพก่อนส่งมอบรถ					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองลำปาง

คำชี้แจง การสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จะนำข้อมูลไปใช้เพื่อศึกษาในชิ้นงานการค้นคว้าแบบอิสระเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และสรุปผลในลักษณะภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นข้อมูลจากผู้ประกอบการรายใด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ประกอบการทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

นายจตุรนต์ อธิธิประภากุล

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

1. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
3. เหตุผลจูงใจในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงินของธุรกิจรถยนต์มือสอง

1. ด้านการตลาด
 - a. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - b. ยอดขายเฉลี่ยและอัตราการขยายตัวของยอดขายต่อปี
 - c. กลยุทธ์การตั้งราคา
 - d. การเลือกแหล่งที่ตั้งสถานประกอบการ
 - e. วิธีการคิดและเลือกจัดทำ การส่งเสริมการตลาด
 - f. กระบวนการคัดเลือก ดูแล รักษาบุคลากร

g. อธิบายกระบวนการการให้บริการ

h. การตกแต่งสถานประกอบการ

2. ด้านเทคนิค

a. แหล่งที่มาของรถยนต์มือสอง

b. กระบวนการในการปรับสภาพรถยนต์

3. ด้านการจัดการ

a. อธิบายโครงสร้างองค์กร

b. อธิบายหน้าที่ ความรับผิดชอบของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง

c. อธิบายแนวคิดในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง

4. ด้านการเงิน

a. แหล่งที่มาของเงินทุน

b. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

c. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อมูลอื่นๆ

ข้อมูลราคาารถยนต์มือสองประเภทรถเก๋งส่วนบุคคลปี 2011 – 2014

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Citi	2009	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	211,000	201503	326,000
Citi	2009	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	223,000	201503	312,000
Citi	2009	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	228,000	201503	312,000
Citi	2009	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	229,000	201503	315,000
Citi	2009	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	245,000	201503	344,000
Citi	2009	Sedan 4dr ES Auto 4sp FWD 1.5i	201501	254,000	201503	
Citi	2009	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	261,000	201503	362,000
Citi	2009	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	274,000	201503	353,000
Citi	2009	Sedan 4dr S Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	278,000	201503	378,000
Citi	2009	Sedan 4dr GT Street Auto 4sp FWD 1.5i	201501	243,000	201503	329,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	221,000	201503	302,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	234,000	201503	339,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	241,000	201503	339,000
Citi	2010	Sedan 4dr GT Street Auto 4sp FWD 1.5i	201501	250,000	201503	392,000
Citi	2010	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	261,000	201503	360,000
Citi	2010	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	247,000	201503	356,000
Citi	2010	Sedan 4dr ES Auto 4sp FWD 1.5i	201501	273,000	201503	
Citi	2010	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	283,000	201503	364,000
Citi	2010	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	296,000	201503	383,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Citi	2010	Sedan 4dr S Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	287,000	201503	375,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	221,000	201503	302,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	234,000	201503	339,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	241,000	201503	339,000
Citi	2010	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	247,000	201503	356,000
Citi	2010	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	261,000	201503	360,000
Citi	2010	Sedan 4dr ES Auto 4sp FWD 1.5i	201501	273,000	201503	
Citi	2010	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	283,000	201503	364,000
Citi	2010	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	296,000	201503	383,000
Citi	2010	Sedan 4dr J Sportivo Auto 4sp FWD 1.5i	201501	258,000	201503	341,000
Citi	2011	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	228,000	201503	299,000
Citi	2011	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	242,000	201503	358,000
Citi	2011	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	251,000	201503	358,000
Citi	2011	Sedan 4dr J Sportivo Auto 4sp FWD 1.5i	201501	266,000	201503	387,000
Citi	2011	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	252,000	201503	299,000
Citi	2011	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	267,000	201503	386,000
Citi	2011	Sedan 4dr ES Auto 4sp FWD 1.5i	201501	282,000	201503	365,000
Citi	2011	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	292,000	201503	404,000
Citi	2011	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	306,000	201503	404,000
Citi	2011	Sedan 4dr TRD Sportivo Auto 4sp FWD 1.5i	201501	306,000	201503	387,000
Citi	2012	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	235,000	201503	314,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Citi	2012	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	251,000	201503	350,000
Citi	2012	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	261,000	201503	350,000
Citi	2012	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	262,000	201503	329,000
Citi	2012	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	282,000	201503	381,000
Citi	2012	Sedan 4dr ES Auto 4sp FWD 1.5i	201501	295,000	201503	403,000
Citi	2012	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	314,000	201503	389,000
Citi	2012	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	327,000	201503	389,000
Citi	2012	Sedan 4dr ES Auto 4sp FWD 1.5i (50th)	201501	301,000	201503	403,000
Citi	2012	Sedan 4dr TRD Sportivo Auto 4sp FWD 1.5i	201501	292,000	201503	409,000
Citi	2013	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i (LTD)	201501	334,000	201503	
Citi	2013	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	361,000	201503	450,000
Citi	2013	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	323,000	201503	376,000
Citi	2013	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	309,000	201503	383,000
Citi	2013	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	275,000	201503	383,000
Citi	2013	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i (No ABS)	201501	256,000	201503	379,000
Citi	2013	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	336,000	201503	405,000
Citi	2013	Sedan 4dr TRD Sportivo Auto 4sp FWD 1.5i	201501	300,000	201503	432,000
Citi	2013	Sedan 4dr E Auto 4sp FWD 1.5i	201501	336,000	201503	405,000
Citi	2013	Sedan 4dr J Man 5sp FWD 1.5i	201501	294,000	201503	379,000
Citi	2013	Sedan 4dr J Auto 4sp FWD 1.5i	201501	309,000	201503	383,000
Citi	2013	Sedan 4dr E Man 5sp FWD 1.5i	201501	323,000	201503	376,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Citi	2013	Sedan 4dr G Auto 4sp FWD 1.5i	201501	361,000	201503	450,000
Citi	2013	Sedan 4dr S Auto 4sp FWD 1.5i	201501	376,000	201503	519,000
Citi	2014	Sedan 4dr S Auto 4sp FWD 1.5i		0	201503	566,000



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ข้อมูลราคารถยนต์มือสองประเภทรถยนต์กระบะหรือรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ปี 2009 – 2015

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	259,000	201503	316,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	273,000	201503	316,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 3.0DCT (PS)	201501	291,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Ext. Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	304,000	201503	364,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Ext. Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	321,000	201503	368,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	380,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	400,000	201503	630,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	365,000	201503	451,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	381,000	201503	445,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab G Auto 4sp RWD 2.7i	201501	409,000	201503	583,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	426,000	201503	500,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	394,000	201503	442,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	415,000	201503	432,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	426,000	201503	494,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 3.0DCT (N.ABS)	201501	399,000	201503	494,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	423,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	440,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	412,000	201503	415,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	523,000	201503	

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	494,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	498,000	201503	517,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	437,000	201503	389,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	470,000	201503	389,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	363,000	201503	368,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	486,000	201503	486,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 3.0DCT (N.ABS)	201501	469,000	201503	486,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Ext. Cab J Limited Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	334,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i	201501	426,000	201503	376,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	278,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT (VN)	201501	389,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT (VN)	201501	432,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	412,000	201503	499,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	478,000	201503	535,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	445,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	504,000	201503	
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	333,000	201503	347,000
Hilux Vigo	2009	Pickup 2dr Smart Cab E Limited Man 5sp RWD	201501	382,000	201503	347,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
		2.5DCT				
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	272,000	201503	332,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	283,000	201503	332,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	294,000	201503	
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 3.0DCT (PS)	201501	302,000	201503	438,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Ext. Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	339,000	201503	370,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	353,000	201503	408,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	382,000	201503	453,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab E Limited Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	397,000	201503	453,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab G Auto 4sp RWD 2.7i	201501	419,000	201503	
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	411,000	201503	454,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	434,000	201503	457,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT (VN)	201501	396,000	201503	504,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	467,000	201503	468,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	432,000	201503	494,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	438,000	201503	
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	378,000	201503	372,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	423,000	201503	451,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i	201501	432,000	201503	436,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	447,000	201503	446,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	481,000	201503	404,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	504,000	201503	447,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	489,000	201503	540,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	522,000	201503	529,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT (VN)	201501	447,000	201503	
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	522,000	201503	710,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	549,000	201503	703,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 4dr DCab Prerunner Exclusive Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	509,000	201503	703,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner Exclusive Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	457,000	201503	703,000
Hilux Vigo	2010	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	392,000	201503	393,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	275,000	201503	360,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	285,000	201503	360,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	294,000	201503	327,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 3.0DCT (PS)	201501	302,000	201503	369,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Ext. Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	309,000	201503	400,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	332,000	201503	422,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	384,000	201503	395,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	360,000	201503	458,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	390,000	201503	473,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	457,000	201503	485,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	429,000	201503	492,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	411,000	201503	488,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT (VN)	201501	448,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	394,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	356,000	201503	364,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	412,000	201503	459,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	436,000	201503	486,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i	201501	409,000	201503	429,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	497,000	201503	531,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	494,000	201503	559,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	501,000	201503	469,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	485,000	201503	479,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	460,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	482,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT (VN)	201501	462,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	396,000	201503	550,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	412,000	201503	459,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i	201501	409,000	201503	429,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	482,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	485,000	201503	479,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	460,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	436,000	201503	486,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	356,000	201503	364,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	449,000	201503	505,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	427,000	201503	541,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab Prerunner G Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	515,000	201503	541,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	494,000	201503	559,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Ext. Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	309,000	201503	400,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	275,000	201503	360,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	285,000	201503	360,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	294,000	201503	327,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 3.0DCT (PS)	201501	302,000	201503	369,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	353,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	360,000	201503	458,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	394,000	201503	
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	390,000	201503	473,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	411,000	201503	488,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	332,000	201503	422,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i	201501	352,000	201503	416,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	376,000	201503	505,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	400,000	201503	541,000
Hilux Vigo	2011	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	429,000	201503	492,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i (CNG)	201501	478,000	201503	462,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	483,000	201503	462,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	474,000	201503	462,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i	201501	470,000	201503	514,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	586,000	201503	920,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab G Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	556,000	201503	920,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	560,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	501,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	409,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	517,000	201503	572,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	492,000	201503	572,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner G Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	608,000	201503	572,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	568,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Ext. Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	357,000	201503	416,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	315,000	201503	394,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	326,000	201503	394,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	334,000	201503	379,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 3.0DCT (PS)	201501	348,000	201503	422,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	430,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	413,000	201503	492,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	482,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	447,000	201503	529,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	446,000	201503	
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	358,000	201503	471,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i	201501	381,000	201503	427,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	405,000	201503	544,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	433,000	201503	553,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	466,000	201503	580,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (CNG)	201501	381,000	201503	408,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner G Auto 5sp RWD 3.0DCT (50th)	201501	584,000	201503	408,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (50th)	201501	440,000	201503	553,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab G Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	628,000	201503	920,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคารับซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner G Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	608,000	201503	920,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner E Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	549,000	201503	920,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner E Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS, Navi)	201501	579,000	201503	920,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab J STD Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	332,000	201503	920,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS,Navi)	201501	460,000	201503	553,000
Hilux Vigo	2012	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS,Navi)	201501	515,000	201503	572,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab G Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	649,000	201503	843,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	570,000	201503	843,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS, Navi)	201501	599,000	201503	843,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner G Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	624,000	201503	843,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT (PS)	201501	340,000	201503	412,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (CNG)	201501	416,000	201503	387,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.7i (PS)	201501	351,000	201503	387,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	622,000	201503	849,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	540,000	201503	849,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner G Auto 5sp RWD 3.0DCT (50th)	201501	629,000	201503	849,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อ		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	588,000	201503	
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	511,000	201503	600,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	520,000	201503	600,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i	201501	486,000	201503	585,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	492,000	201503	585,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	443,000	201503	585,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	540,000	201503	
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	480,000	201503	536,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	515,000	201503	609,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (50th)	201501	484,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	448,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	476,000	201503	559,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	428,000	201503	
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i (CNG)	201501	489,000	201503	427,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i	201501	419,000	201503	423,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	408,000	201503	473,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Single Cab J Man 5sp RWD 2.5DT	201501	327,000	201503	412,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab J STD Man 5sp RWD 2.5DCT (PS)	201501	376,000	201503	412,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD	201501	477,000	201503	554,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
		2.5DCT (ABS)				
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS, Navi)	201501	510,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab E TRD Sportivo Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	460,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E TRD Sportivo Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	609,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E TRD Sportivo Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	509,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS, Navi)	201501	570,000	201503	600,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	538,000	201503	600,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i	201501	419,000	201503	423,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i (CNG)	201501	489,000	201503	427,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	428,000	201503	
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	480,000	201503	536,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	448,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	477,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	477,000	201503	554,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT	201501	515,000	201503	609,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Hilux Vigo	2013	Pickup 2dr Smart Cab G Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	540,000	201503	
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab E Man 5sp RWD 2.7i (Benzene)	201501	540,000	201503	585,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab G Man 5sp 4WD 3.0DCT (Navi)	201501	540,000	201503	849,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	511,000	201503	600,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)	201501	538,000	201503	600,000
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT (Navi)	201501	538,000	201503	
Hilux Vigo	2013	Pickup 4dr DCab G Auto 5sp 4WD 3.0DCT (Navi)	201501	538,000	201503	843,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 2dr Smart Cab J Man 5sp RWD 2.7i			201503	435,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 2dr Smart Cab E Man 5sp 4WD 2.5DCT		0	201503	538,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT		0	201503	601,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)		0	201503	601,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner E Auto 5sp RWD 2.5DCT (ABS)		0	201503	601,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 2dr Smart Cab Prerunner G Man 5sp RWD 3.0DCT		0	201503	599,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT		0	201503	615,000
Hilux Vigo	2014	Pickup 4dr DCab Prerunner E Man 5sp RWD 2.5DCT (ABS)		0	201503	615,000

ราคารถยนต์มือสองประเภทรถยนต์เอนกประสงค์ปี 2009 - 2015

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Fortuner	2009	Wagon 4dr G 7st Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	561,000	201503	644,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr TRD Sportivo I 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	718,000	201503	644,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	687,000	201503	773,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT (DVD,NV)	201501	743,000	201503	773,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	627,000	201503	719,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	654,000	201503	749,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr TRD Sportivo II 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	732,000	201503	1,110,000
Fortuner	2009	Wagon 4dr V Aperto 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	679,000	201503	
Fortuner	2009	Wagon 4dr G 7st Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	565,000	201503	
Fortuner	2009	Wagon 4dr G 7st Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	565,000	201503	
Fortuner	2010	Wagon 4dr G 7st Man 5sp 4WD 3.0DCT	201501	614,000	201503	
Fortuner	2010	Wagon 4dr TRD Sportivo II 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	776,000	201503	947,000
Fortuner	2010	Wagon 4dr V Aperto 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	743,000	201503	
Fortuner	2010	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT (DVD,NV)	201501	803,000	201503	782,000
Fortuner	2010	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	732,000	201503	782,000
Fortuner	2010	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	698,000	201503	770,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Fortuner	2010	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	643,000	201503	748,000
Fortuner	2010	Wagon 4dr G 7st Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	554,000	201503	748,000
Fortuner	2010	Wagon 4dr G 7st Man 5sp RWD 2.5DCT (VN)	201501	554,000	201503	938,000
Fortuner	2010	Wagon 4dr TRD Sportivo III 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	806,000	201503	881,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr G 7st Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	558,000	201503	685,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	684,000	201503	789,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	768,000	201503	866,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	807,000	201503	855,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT (DVD,NV)	201501	828,000	201503	855,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr TRD Sportivo III 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	822,000	201503	1,023,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr G 7st Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	732,000	201503	685,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	684,000	201503	789,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	768,000	201503	866,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	807,000	201503	855,000
Fortuner	2011	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT (Navi)	201501	868,000	201503	855,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr G 7st Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	627,000	201503	759,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	736,000	201503	901,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 3.0DCT	201501	787,000	201503	934,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	829,000	201503	1,045,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		ราคาขาย	
			Date	Avg	Date	Avg
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT (Navi)	201501	890,000	201503	1,045,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 3.0DCT (50th)	201501	817,000	201503	934,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr TRD Sportivo 7st Auto 4sp 4WD 3.0DCT	201501	918,000	201503	934,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr G 7st Auto 5sp RWD 2.5DCT	201501	679,000	201503	955,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr TRD Sportivo 7st Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	919,000	201503	955,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	863,000	201503	1,045,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	783,000	201503	934,000
Fortuner	2012	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp RWD 3.0DCT (50th)	201501	800,000	201503	934,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr G 7st Auto 5sp RWD 2.5DCT	201501	693,000	201503	900,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	799,000	201503	1,033,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp RWD 3.0DCT (50th)	201501	818,000	201503	1,033,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	883,000	201503	1,102,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr TRD Sportivo 7st Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	935,000	201503	1,102,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr G 7st Man 5sp 4WD 2.5DCT	201501	670,000	201503	
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	726,000	201503	922,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr G 7st Man 5sp RWD 2.5DCT	201501	726,000	201503	
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	201501	726,000	201503	922,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp RWD 3.0DCT	201501	799,000	201503	1,033,000
Fortuner	2013	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp 4WD 3.0DCT	201501	883,000	201503	1,102,000

รุ่น	ปี	ระดับ	ราคาซื้อขาย		
			Date	Avg	
Fortuner	2014	Wagon 4dr V 7st Auto 4sp RWD 2.7i	0	201503	999,000
Fortuner	2014	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp RWD 3.0DCT	0	201503	910,000
Fortuner	2014	Wagon 4dr V 7st Auto 5sp 4WD 3.0DCT	0	201503	1,090,000



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายจาตุรนต์ อธิธิประภากุล
วันเดือนปีเกิด	30 มีนาคม 2529
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมคอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2551
ประวัติการทำงาน	2551 - 2554 ตำแหน่ง Software Quality Assurance Engineer บริษัท คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ (ประเทศไทย) จำกัด 2554 - 2556 ตำแหน่ง พนักงานการตลาด หจก. โตโยต้าลำปาง ผู้จำหน่ายโตโยต้า 2556 - ปัจจุบัน ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้าลำปาง ยูสดีคาร์ จำกัด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved